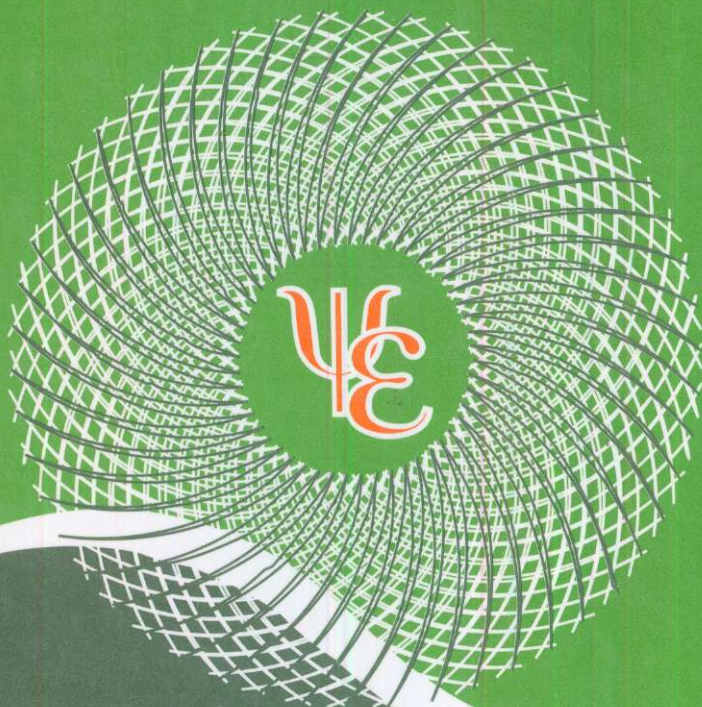


Економічна психологія

Г.В. Ложкін, В.В. Спасенніков, В.Л. Комаровська



ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Г.В. Ложкін
В.В. Спасенніков
В.Л. Комаровська

ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ

Навчальний посібник

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України
для студентів вищих навчальних закладів*



Київ – 2004

УДК 159.938
ББК 88.53я73
Л 71

Рецензенти :

А. Б. Коваленко, доктор ісіхо./огічійих наук, професор
І.І. Кукурудза, доктор економічних наук, професор

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України
як підпальної посібник для студентів вищих навчальних іаклалів
(лист №14/18.2 - 563 від 23 березин 2004 року)

Ложкін Г.В., Спасенніков В.В., Комаровська В.Л.

Л 7) Економічна психологія: Навчальний посібник. — К.: ВД «Професіонал», 2004. — 304 с.

І8В:Ч 966-8556-42-9

У навчальному посібнику зосереджено увагу на основних проблемах економічної психології, розкрита структура економічної свідомості, визначені особливості поведінки індивіда у сфері господарської діяльності. Розглянуто ставлення людини до грошей, багатства і бідності, підприємницької діяльності. Широко використано досвід іноземних фахівців та результати досліджень, проведених російськими вченими.

Посібник розрахований на економістів, психологів, викладачів, аспірантів, студентів економічних і психологічних спеціальностей і всіх, хто цікавиться проблемами, дослідження яких знаходиться на епіку економіки і психології.

УДК 159.938
ББК 88.53я73

© Г.В. Ложкін, В.В. Спасенніков,
В.Л. Комаровська, 2004

І8ВІ 966-8556-42-9

© ВД "Професіонал", 2004

Зміст

Вступ.....	4
Розділ 1 Економічна психологія: еволюція, роль і місце в суспільстві.....	9
1.1 Економічна психологія, її роль і місце в системі наук про людину.....	10
1.2 Економічна психологія: об'єкт, предмет, завдання і методи.....	15
1.3 Еволюція скопоміко-психологічних ідей в історії розвитку людства.....	26
1.4 Психологічний аспект економічної безпеки держави, регіону, окремого підприємства і особистості.....	56
Розділ 2 Аналіз економічної поведінки і пронесу прийняття рішення.....	82
2.1 Економічна поведінка у процесі прийняття рішень.....	83
2.2 Дослідження ризику при прийнятті економічних рішень ...	109
Розділ 3 Основні проблеми економічної психології.....	132
3.1 Економічна свідомість і економічне мислення.....	133
3.2 Ставлення людей до власності. Психологія інтелектуальної власності.....	148
3.3 Психологія комерційної таємниці.....	167
3.4 Економічна психологія сприйняття грошей і особливості «грошової» поведінки.....	177
3.5 Психологія багатства і бідності.....	202
3.6 Економічна психологія підприємництва і зайнятості	214
Висновки.....	247
Глосарій.....	250
Бібліографія.....	294



*Поки людина думає, що вона не може чого-небудь
зробити — вона не може цього зробити.
Б. Спіноза*

Вступ

Поява на пострадянському просторі людини ринкової стала предметом дослідження інтегрованої теорії, що поєднує психологію і економіку: **економічної психології**.

Передумовами виникнення і розвитку нової галузі міждисциплінарного наукового знання можна вважати три об'єктивних реальності: ринок, підприємництво і відносини між державою і особистістю.

Організаційна поведінка суб'єктів господарської діяльності детермінується окремими особами, домашніми господарствами, фірмами, державно-чиновницькими відносинами. При цьому в умовах різних соціально-економічних змін «в економіці рівно стільки стало економіки, скільки в ній психології» [87, 88].

Об'єктивною передумовою становлення і розвитку економічної психології стали радикальні зміни, перш за все, зміна економічних установок, особливо у відносинах власності на засоби виробництва, поява нових суб'єктів економічної діяльності.

Серед безлічі наукових публікацій про причини розпаду командно-адміністративної системи практично не зустрічаються роботи, спеціально присвячені аналізу психології тих простих радянських людей, без яких спроба формування комуністичної формації була б неможливою. Без аналізу психологічних причин різкої зміни настанов політиків від планової соціалістичної системи до ринкової економіки, без осмислення психології трансформації поглядів теоретиків від марксистської політичної економії до західних ринкових теорій, неможливо виробити **концепцію національної економічної психології**, здатної стати офіційною доктриною

державного менеджменту в період різких соціально-економічних змін. Наприклад, найяскравіші з сучасних прихильників ринкових теорій вважають, що радянський період економічної науки — це період «культу заклинань», що створив «касту жерців», які слугували цьому культові і видавали його за економічну науку. Зараз же ми повертаємося до справжньої психологічної науки: економічної психології.

У радянський період в економічній науці дійсно панувала «каста жерців», яка служила культові марксистської політичної економії, канонізувала і догматизувала марксизм, вихолостивши з нього живу творчу думку. Але коли настала глибока криза радянської економічної теорії і практики, ця каста жерців не захотіла залишати насаджених теплих місць, а просто почала служити новому культові — культові ринкових теорій, негайно почала створювати з них нові догми і трансформувати нові цінності.

Але розподіл наук на «справжні» і «несправжні» сам по собі вказує на догматичність мислення. Адже лише догматики володіють істиною в останній інстанції.

Завдання економічної психології як науки — позбавитися від непрацюючих теорій і створювати нові, використовуючи всю суму знань, вироблених світовою думкою. Виконання цього завдання є необхідною умовою виходу пострадянських країн з кризи.

Економічна психологія вивчає не тільки і не стільки окремі форми економічної поведінки, це наука про взаємозв'язок духовного світу індивідів і груп з господарською активністю.

Економічна психологія вивчає уявлення індивідів і груп про економічні явища і поведінку, що базуються на відображенні дійсності. Дана галузь науки виявляє і формалізує закономірності економічної поведінки у всіх її формах — від повсякденної господарської діяльності людини до зовнішньої і внутрішньої політики держави.

Високоєфективна діяльність у сфері бізнесу і управління на сучасному етапі неможлива без розуміння соціально-психологічних процесів, які супроводжують господарську діяльність.



Поглиблення ринкових відносин в національній економіці, її включення до системи світових економічних зв'язків, загострення внутрішніх проблем економічного реформування, зробили надзвичайно актуальним викладання на різних факультетах нової наукової дисципліни: **економічної психології**, яка визначає успішність підготовки менеджерів, економістів, психологів, журналістів, фахівців із зв'язків з громадськістю, а також майбутніх інженерно-технічних працівників.

Економічна психологія як самостійна наукова дисципліна традиційно читається на економічних і психологічних факультетах Західної Європи і США, і лише нещодавно даний курс набув поширення в деяких вузах Росії.

Відмінною особливістю економічної психології, як навчальної дисципліни, є те, що вона включає:

- з одного боку, розділи, присвячені описові і аналізу результатів фундаментальних досліджень психологічних проблем макро- і мікроекономіки;
- з іншого боку, — розділи, в яких розглядаються прикладні проблеми економічної психології, котрі орієнтують майбутніх фахівців на практичне використання відомостей, що містяться в них.

Вивчення курсу економічної психології обумовлене необхідністю розуміння впливу економічних чинників на людину як суб'єкта господарських відносин, що охоплюють сферу розподілу і споживання, підприємництва і товарно-грошового обігу. Ця наукова дисципліна вивчає актуальні проблеми врахування особових якостей, моделей економічної поведінки.

Слід підкреслити, що розвиток економічної психології зараз набуває особливо важливого **практичного значення**.

По-перше, реальна дійсність демонструє розрив між економічною і соціальною політикою. Економічні реформи, що проводяться, поки що ні методологічно, ні практично не орієнтовані на врахування людського чинника в життєдіяльності суспільства, який реально може бути як механізмом гальмування економічних реформ, так і основою їх ефективного здійснення.

По-друге, не можна ігнорувати тієї обставини, що в основі багатопланових економічних взаємодій лежать поведінкові закономірності діяльності людей. Саме тому оволодіння навиками психологічного аналізу мотивів, стимулів, чинників соціокультурної детермінації економічної активності, формування економічної свідомості є важливим компонентом професійної культури сучасного спеціаліста, і

Таким чином, курс економічної психології сприятиме глибшому і сучаснішому розумінню економічних явищ з урахуванням їх психологічної складової, виробленню навиків використання деяких економіко-психологічних закономірностей.

Даний навчальний посібник з курсу «**Економічна психологія**» цілісно охоплює найбільш значущі проблеми, що вивчаються зазначеною дисципліною. В той же час навчальний посібник орієнтує студентів на поглиблене вивчення окремих тем, з яких проводяться семінарські і практичні заняття. У міру засвоєння цих тем і курсу в цілому студенти можуть писати в цьому напрямку реферати, курсові і дипломні роботи.

Мета навчального посібника — сформувати у студентів навички ефективного психологічного аналізу економічних явищ на різних рівнях соціального життя суспільства (індивідуальна поведінка, планування сімейних стосунків, створення організаційно-виробничих систем, взаємозв'язок різних суб'єктів економічних відносин, сприйняття фінансової політики, попит і пропозиція людських ресурсів, моделі економічної поведінки населення і т. д.).

Після освоєння матеріалів навчального посібника, що сприяють розширенню меж економічних знань в етико-гуманітарному напрямку, **ви зможете:**

- враховувати і пояснювати варіативність моделей економічної поведінки;
- застосовувати психологічні закономірності у сфері господарської діяльності;
- враховувати індивідуальні відмінності людей;
- використовувати отримані знання і рекомендації стосовно регулювання власної економічної поведінки.



Поглиблення ринкових відносин в національній економіці, її включення до системи світових економічних зв'язків, загострення внутрішніх проблем економічного реформування, зробили надзвичайно актуальним викладання на різних факультетах нової наукової дисципліни: **економічної психології**, яка визначає успішність підготовки менеджерів, економістів, психологів, журналістів, фахівців із зв'язків з громадськістю, а також майбутніх інженерно-технічних працівників.

Економічна психологія як самостійна наукова дисципліна традиційно читається на економічних і психологічних факультетах Західної Європи і США, і лише нещодавно даний курс набув поширення в деяких вузах Росії.

Відмінною особливістю економічної психології, як навчальної дисципліни, є те, що вона включає:

- з одного боку, розділи, присвячені описові і аналізу результатів фундаментальних досліджень психологічних проблем макро- і мікроекономіки;
- з іншого боку, — розділи, в яких розглядаються прикладні проблеми економічної психології, котрі орієнтують майбутніх фахівців на практичне використання відомостей, що містяться в них.

Вивчення курсу економічної психології обумовлене необхідністю розуміння впливу економічних чинників на людину як суб'єкта господарських відносин, що охоплюють сферу розподілу і споживання, підприємництва і товарно-грошового обігу. Ця наукова дисципліна вивчає актуальні проблеми врахування особових якостей, моделей економічної поведінки.

Слід підкреслити, що розвиток економічної психології зараз набуває особливо важливого **практичного значення**.

По-перше, реальна дійсність демонструє розрив між економічною і соціальною політикою. Економічні реформи, що проводяться, поки що ні методологічно, ні практично не орієнтовані на врахування людського чинника в життєдіяльності суспільства, який реально може бути як механізмом гальмування економічних реформ, так і основою їх ефективного здійснення.

По-друге, не можна ігнорувати тієї обставини, що в основі багатопланових економічних взаємодій лежать поведінкові закономірності діяльності людей. Саме тому оволодіння навиками психологічного аналізу мотивів, стимулів, чинників соціокультурної детермінації економічної активності, формування економічної свідомості є важливим компонентом професійної культури сучасного спеціаліста. Г

Таким чином, курс економічної психології сприятиме глибшому і сучаснішому розумінню економічних явищ з урахуванням їх психологічної складової, виробленню навиків використання деяких економіко-психологічних закономірностей.

Даний навчальний посібник з курсу «**Економічна психологія**» цілісно охоплює найбільш значущі проблеми, що вивчаються зазначеною дисципліною. В той же час навчальний посібник орієнтує студентів на поглиблене вивчення окремих тем, з яких проводяться семінарські і практичні заняття. У міру засвоєння цих тем і курсу в цілому студенти можуть писати в цьому напрямку реферати, курсові і дипломні роботи.

Мета навчального посібника — сформувати у студентів навички ефективного психологічного аналізу економічних явищ на різних рівнях соціального життя суспільства (індивідуальна поведінка, планування сімейних стосунків, створення організаційно-виробничих систем, взаємозв'язок різних суб'єктів економічних відносин, сприйняття фінансової політики, попит і пропозиція людських ресурсів, моделі економічної поведінки населення і т. д.).

Після освоєння матеріалів навчального посібника, що сприяють розширенню меж економічних знань в етико-гуманітарному напрямку, **ви зможете:**

- враховувати і пояснювати варіативність моделей економічної поведінки;
- застосовувати психологічні закономірності у сфері господарської діяльності;
- враховувати індивідуальні відмінності людей;
- використовувати отримані знання і рекомендації стосовно регулювання власної економічної поведінки.



Структурно-логічна схема навчального посібника побудована так, щоб зацікавлений читач мав нагоду послідовно зрозуміти коло основних проблем економічної психології, історію її виникнення і становлення, предмет, об'єкт і методи даної галузі наукового знання, ключові поняття і категорії, зв'язок основних суб'єктів економічних відносин, прикладні проблеми і перспективні напрями досліджень.

Порядок викладу книги наступний — навчальний посібник складається з трьох розділів, котрі поділені на підрозділи, в кожному з яких для полегшення засвоєння матеріалу передбачені висновки і запитання для самоконтролю.

Всі основні поняття економічної психології, що підлягають поглибленому вивченню, винесені в досить об'ємний глосарій.

Список рекомендованої літератури, що наведений в кінці навчального посібника, може здатися надмірним, проте він дає можливість зорієнтуватися у вивченні всіх тем програми, і дозволить майбутнім фахівцям здійснювати врахування психологічних закономірностей економічної поведінки як необхідної умови успішної професійної діяльності.

Під час роботи над навчальним посібником авторами були використані численні сучасні джерела, зокрема зарубіжні, а також результати багаторічних науково-дослідницьких робіт.

Хочеться вірити, що вихід у світ даного навчального посібника систематизує знання в області економічної психології представників різних шкіл і напрямів, а також дасть новий імпульс для критичного осмислення накопиченого наукового багажу.

Розділ 1

ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ: ЕВОЛЮЦІЯ, РОЛЬ І МІСЦЕ В СУСПІЛЬСТВІ

1.1 Економічна психологія, її роль і місце в системі наук про людину.

1.2 Економічна психологія: об'єкт, предмет, задачі і методи.

1.3 Еволюція економіко-психологічних ідей в історії розвитку людства.

1.4 Психологічний аспект економічної безпеки держави, регіону, підприємства і особистості.

1.1 Економічна психологія, її роль і місце в системі наук про людину

, Економічна психологія, що досліджує відображення людиною і групами людей економічної реальності, особливості і механізми економічної поведінки, сформувалася як самостійний міждисциплінарний напрям і галузь наукового знання в першій половині 20 століття, і досить інтенсивно розвивається протягом останніх років.

За своїм *науковим статусом* економічна психологія є суміжною науковою дисципліною, що об'єднує теоретичні положення, методи і результати досліджень, накопичені як психологічною наукою, так і економікою.

Як відомо, економічна теорія вивчає виробничі відносини в тісному зв'язку з продуктивними силами, причому відносини ці розглядаються як незалежні від волі і бажання людини. А тому, питання про те, як ці відносини відображені в психології людей, чи здійснює психологія людини який-небудь вплив на економічні відносини, економічну теорію цікавлять дуже мало, — принаймні, так було до недавнього часу. Що стосується психологічної науки, то відносини людей завжди знаходилися в центрі уваги останньої, але розглядаються вони зазвичай поза економічним контекстом. Ось і виходить, що суб'єктивні відносини людей з приводу речей, які фактично складаються в процесі виробництва, обміну, розподілу і споживання, не вивчалися ні в економічній теорії, ні в психології. Саме цей пропуск в науковому знанні покликана усунути *економічна психологія*, оскільки вона несе в собі новий тип знання, принципово відмінний від традиційного для економічних і психологічних наук.

Потреба в цьому новому типі знань обумовлена тим, що економічні і психологічні знання, відокремлювані одне від одного їх межами в номенклатурі наук, що склалася, в господарській практиці керівником застосовуються в єдності. Саме тому, у першу чергу керівникам необхідний такий тип знань, в якому економічні методи



господарювання ніби зважені під кутом сприйняття людей, особливостей їхньої психології. Такого роду знання може дати лише економічна психологія.

Специфікою економічної психології є виняткова увага до суб'єктивних, психологічних усвідомлюваних і неусвідомлюваних явищ, пов'язаних з відображенням людиною економічної сфери життєдіяльності і регуляцією її економічної поведінки.

На думку сучасного дослідника економічних проблем **В. С. Автономова**, «економічна наука, як і інші дисципліни, що відносяться до суспільних наук: соціологія, політологія, психологія, має своїм предметом економічну поведінку... Проте науковий підхід до прогнозування і опису людської поведінки вимагає від суспільних наук її узагальнення, типізації. На практиці це виявляється у використанні певної поведінкової гіпотези, що передбачає спрощене уявлення про людську природу. Дана модель є не предметом вивчення, а елементом методу відповідної теорії. При цьому для кожної з суспільних наук характерне своє уявлення про людину, про логіку її поведінки, що фіксує ті її властивості, які найбільш цікаві для даної галузі знань, і які абстрагуються від її окремих ознак. Більше того, можна показати, що вироблення специфічної моделі було покладено в основу відокремлення деяких наук від моральної філософії».

Перетворення проблеми людини в спільну головну особливість всіх сучасних наук відзначали провідні вітчизняні психологи. **Б. Г. Ананьєв [14]** позначив зростаючу диференціацію наукового вивчення людини, поглиблення спеціалізації окремих дисциплін, їх дроблення на все більш окремі вчення, а також об'єднання різних наук, аспектів і методів дослідження людини в різні комплексні системи, виникнення нових граничних дисциплін, як, наприклад, економічної психології.

При розгляді предмету економічної психології з позицій створення і моделювання нових економічних систем на макроекономічному рівні, економічна психологія за своїм об'єктом і предметом найближча до таких наукових напрямів як ергономіка, організаційна



психологія, соціальна психологія, психологія управління і менеджмент, психологія праці і інженерна психологія, економіка і соціологія праці.

-Процес аналізу і функціонування економічних систем на макроекономічному рівні, аналіз їх ефективності дозволяє розглядати **економічну психологію** як дисципліну, що забезпечує пояснення закономірностей відхилення від економічних законів і економічної соціології: за рахунок унікальності людської поведінки на рівні великих груп, цілих народів і держав.

При такому підході економічна психологія за своїм предметом і об'єктом дослідження найближча до таких наукових дисциплін як: філософія, політологія, історія, культурологія, етнологія, соціологія і ціла низка інших наук, пов'язаних з проектуванням і аналізом розвитку суспільно-економічних формацій в цілому і світовим розподілом праці залежно від різних економічних систем і форм господарювання.

Філософи, політологи і соціологи вважають, що економічна психологія повинна зосередити увагу на впливі психологічних чинників на господарське життя в макроекономічному ракурсі, при якому слід вивчити економічну поведінку населення і основних соціальних груп.

Найбільш явно простежується зв'язок економічної психології з:

- інженерною психологією, що вивчає «людину серед машин»;
- ергономікою, психологією і соціологією праці, зосереджених на «людині в праці»;
- економічною теорією;
- соціальною психологією, що має справу з «людиною серед людей»;
- менеджментом, маркетингом, соціологією, політологією і філософією.

"Але лише економічна психологія досліджує людину в світі речей, психологію учасника господарської діяльності, психологічні закономірності регуляції поведінки і діяльності людини в економічному середовищі суспільства. В широкому розумінні економічна психологія є психологією суб'єкта господарських відносин, яким може бути одна людина, нація, організація чи держава.

До системи знань економічної психології входять: менеджмент, маркетинг, організаційна психологія (поведінка), психологія особистості і групи, психологія праці й інженерна психологія, психологія реклами, паблік рілейшенз (ПР), етика ділового спілкування, соціологія, економічна теорія, економічна етика та інші розділи економіки і ціла низка інших наук.

Треба відзначити, що при зустрічному русі економістів і психологів один до одного ініціатива найчастіше походила від перших. Ще в 70-х роках **Л.І. Абалкін** закликав економістів повніше враховувати психологічні особливості учасників господарської діяльності. Ці ідеї були широко підтримані А. Г. Аганбегяном, Т.І. Заславською, В. В. Куліковим, Г. Х. Поповим, В. Г. Костаким і А.І. Кітовим.

Вивчення економічної психології пов'язане з економічною теорією, економічною поведінкою різних верств населення, психологічними аспектами економічної політики, психологічними основами ринку споживання і цілою низкою інших проблем, а особливо стратегічним, інноваційним менеджментом.

Сучасне трактування економічної психології пов'язане з комплексною системою управління людськими ресурсами, що охоплює ринок праці, виробництво новітньої техніки, ринок капіталу.

Для економічної психології головне — «момент зв'язку економіки в цілому», господарського механізму, конкретних господарських рішень з думками, відчуттями, волею, словом, з психологією людини. Образно кажучи, в цьому «пункті зв'язку» може виникнути конфлікт, коли з боку психології людини виявляється неприйняття економічних реальностей, незгода з ними, їх нерозуміння, але за певних умов у цьому пункті зв'язку можна викликати своєрідний резонанс, і тоді резерви людського чинника набувають максимальної економічної ефективності. Розробити теоретичні основи і практичні рекомендації для досягнення такого резонансу — головне завдання економічної психології.

Всі науки і галузі знань мають сенс і значення лише у зв'язку з тим, що вони служать людині, озброюють її, виникають і розвиваються як людська теорія і практика.



Весь подальший розвиток економіко-психологічних знань орієнтуватиметься на максимальне розширення зв'язків економічної психології з суміжними науками при збереженні самостійного предмету дослідження.

ВИСНОВКИ

1. Економічна психологія належить саме до того напрямку психологічної науки, потреба в якому викликана соціально-економічними змінами в країні, а методологічний базис даного наукового напрямку закладений всією історією взаємодії економіки і психології, суб'єктами економічної діяльності і процесами виробництва, обміну і споживання.

2. Завдання економічної психології реалізується головним чином у прикладному плані — в поширенні знань про те, як можна підвищити виробничу ефективність, головним чином, на мікроекономічному рівні. Обґрунтування легітимності соціально-економічних змін, що відбуваються в суспільстві, дозволить економічній психології на макроекономічному рівні пояснити всім верствам населення економічну стратегію країни саме через економічні інтереси, стимули і мотивацію до праці в умовах майнових, фінансових та інших прав громадян.

Контрольні запитання

1. Чим викликана необхідність появи економічної психології?
2. У чому полягає специфіка економічної психології?
3. Який науковий статус економічної психології?
4. З якими науками найпростіше простежується зв'язок економічної психології?
5. У чому полягають завдання економічної психології?
6. З якими російськими вченими пов'язують появу економічної психології?
7. На що, на вашу думку, повинен орієнтуватися подальший розвиток економіко-психологічних знань?



1.2 Економічна психологія: об'єкт, предмет, завдання і методи

Як частина культури і цивілізації, економіка входить до сфери духовного життя суспільства. Економіці як України, так і Росії необхідна адекватна господарська ідеологія, яка б враховувала те, що позбавлене сенсу, ідеалів, духовності і порушує тимчасову перспективу господарювання. Бездуховна економіка — короткострокова і безперспективна.

Будь-яка наука може бути зрозумілою як сфера людської діяльності, основним завданням якої є вироблення і систематизація знань про світ. У основі базового розподілу наук на групи можуть лежати специфічні особливості об'єктів, тобто тих сторін реальності, на вивчення яких спрямована дана наука. Природно, що жодна наука не в змозі описати свій об'єкт повністю.

Крім того, науки відрізняються і за предметами дослідження. Предмет не фіксує всіх сторін об'єкту. Наприклад, психологія, маючи об'єктом людину або групу, як предмет розглядає факти психічного життя, що характеризуються якісно і кількісно. Різні психологічні напрями, еволюціонуючи, можуть розглядати свідомість, свідому і несвідому області психіки, поведінку.

Економіка ж, у свою чергу, вивчає закони розвитку економічних систем, які виявляються в організації виробництва, обміну, розподілу, споживання матеріальних благ і послуг з метою задоволення потреб людей.

Передумовами економіко-психологічного аналізу можна вважати три реальності: ринок, підприємництво і відносини між індивідом і державою.

Економічна психологія — це психологія суб'єкта господарських відносин яким може бути одна людина, нація, організація чи держава.



М. К. Бункіна і В. А. Семенов [34] відзначають, що економічна психологія розкриває процес пізнання економічної реальності, який складається із сприйняття, уявлення і мислення, і включає наступні взаємозв'язані аспекти вивчення:

- спонукання і мотиви діяльності економічної людини;
- економічну свідомість особистості, що формується на основі життєвих переживань, накопиченого досвіду, подолання труднощів;
- несвідоме начало в психіці індивіда і мас (ілюзії, ажіотаж, страхи і психози), що пов'язаний з подіями, які закріпилися в пам'яті, взаємозв'язками, емоціями;
- економічну поведінку, активні вольові дії, що цілеспрямовано змінюють навколишнє середовище.

Закономірності психічного віддзеркалення господарських відносин, що спираються на продуктивні сили і виробничі відносини в суспільстві і охоплюють сферу праці і управління, підприємництва, товарно-грошового обміну, розподілу і споживання, складають предмет економічної психології.

Предмет економічної психології при першому наближенні можна визначити так: економічна свідомість і закономірності психічного відображення людиною суспільних відносин, що складаються у процесі виробництва життєвих благ, у їх взаємозв'язку з продуктивними силами, при чому не самих суспільних відносин, а їх ідеальної форми у свідомості людини, що складається в процесі і в результаті психічного відображення. При цьому потрібно пам'ятати, що психічне відображення означає не лише відтворення в свідомості людини ідеальної картини світу, але і психічну регуляцію поведінки і діяльності людини відповідно до цієї ідеальної картини.

Саме тому можна сказати, що економічна психологія вивчає закономірності психічного відображення у свідомості людини стосунків людей з приводу речей.

Проаналізувавши різні літературні джерела, де зроблені спроби визначити предмет економічної психології [9, 18, 19, 34], слід відзначити, що найбільш ёмко вдалося це зробити **В. П. Познякову**



[19]. На його думку, економічна психологія — це комплексна прикладна галузь психологічної науки, що інтенсивно розвивається останніми роками. Її предметом є психологічні закономірності економічної поведінки людини, пов'язані з виробництвом, розподілом, обміном і споживанням товарів і послуг.

Предметом вивчення економічної психології є латентні механізми людської психіки, що визначають поведінку особистості і соціальних груп у відповідь на зміни таких економічних чинників як відносини власності, інфляція, умови найму і оплати праці, фінансові кризи, реклама і т. д.

Можна виділити, принаймні, шість методологічних принципів сучасного етапу розвитку економічної психології, які є конкретизацією принципів наукової психології, що склалися, виходячи з особливостей її предмету.

До *методологічних принципів економічної психології* слід віднести наступне:

1. **Принцип культурно-історичної обумовленості економічної життєдіяльності** означає, що закони економічної поведінки не є універсальними, позаісторичними. Психологічні особливості економічної поведінки носять культурно обумовлений характер і визначаються особливостями історичного розвитку суспільства.
2. **Принцип суб'єктності** означає, що людина виступає не пасивним об'єктом економічних дій і впливу економічних умов, а активним суб'єктом, що реалізує різні види економічної поведінки і вступає в економічну взаємодію та економічні відносини з іншими економічними суб'єктами (індивідуальними і груповими). Основними ознаками суб'єктності є: активність, свідомість дії, цілісність і вибірковість.
3. **Принцип діалектичної єдності** (а не тотожності) свідомості і поведінки економічних суб'єктів передбачає можливість не тільки схожості, узгодженості, але й відмінностей, суперечностей між економічною поведінкою суб'єкта та його свідомістю.



4. **Принцип взаємного зв'язку і взаємного впливу економічних і соціально-психологічних явищ** означає наявність взаємодії економічних і соціально-психологічних явищ в детермінації психологічних явищ, пов'язаних з відображенням різних сторін економічного життя і регуляцією економічної поведінки суб'єктів.
5. **Принцип єдності теорії, експерименту (емпіричного дослідження) і практики** стосовно економічної психології означає тісний зв'язок розвитку теорії економічної психології як з проведенням емпіричних, зокрема експериментальних досліджень, так і з практичною психологічною діяльністю в різних сферах економічного життя. Він передбачає звернення психологів-практиків до теорії і методів наукової психології і постановку проблем емпіричних досліджень виходячи із запитів і проблем соціально-економічного життя суспільства.
6. **Принцип комплексності і міждисциплінарності** передбачає розгляд у взаємному зв'язку трьох типів економічної реальності:
 - *ринок* (перш за все психологія споживача і психологія ведення домашнього господарства);
 - *бізнес* (поведінка і психологічні особливості підприємця, укладення угод, ведення переговорів, конкуренція, комерційна таємниця і ін.);
 - *відносини «суспільство-громадянин»* (податки, прибутки, інфляція, безробіття, вплив на населення заходів економічної політики).Економічна психологія вивчає закономірності взаємодії і взаємного впливу економічних чинників і психологічних явищ у регуляції економічної поведінки.

Господарючим суб'єктом виступає одна людина, сім'я, організація, держава або нація, тобто об'єкт дослідження економічної психології може бути представлений на різних рівнях — мікро-, мезо- і макроекономічному.

Звертаючись до структури економічної психології, слід відмітити, що проблематика цієї синтетичної міждисциплінарної науки багата і різноманітна.

Економічна психологія дає відповіді суб'єктам економічних відносин мікроекономічного середовища як оптимізувати свою діяльність, підвищивши її економічні показники, враховуючи людський чинник на психологічному рівні (характеристики особистості, особливості поведінки і діяльності, прийняття рішень).

У певному значенні економічна психологія допомагає поєднати економічну людину з людиною реальною.

Економічна психологія звертає увагу на зміну в соціалізованій особистості, при переході до іншого типу економіки, а також і на зворотні дії — психологічні новоутворення особистості економічно активних суб'єктів на господарську реальність — в цьому полягає не лише прикладний, але і фундаментальний аспект.

Сферу інтересів економічної психології визначає як мікро-, так і макрорівень розгляду впливу людського психологічного чинника на різні економічні процеси.

Психологічний чинник в економіці є процесом і результатом психічного відображення людиною (або групою людей) матеріальних умов життя (своїх власних і інших людей), господарського механізму і системи управління економікою, продуктивних сил і виробничих відносин суспільства. Кожна річ з масиву матеріальних цінностей, створених промисловістю, спочатку була задумом, тобто існувала в голові творця в ідеальній формі, перш ніж стала продуктом праці, ввібравши в себе цю ідею (задум), сировину, матеріали, паливо і енергію, фізичну і інтелектуальну працю працівників.

Починаючи з моменту виробництва і до факту споживання продукту, психологічний чинник присутній в економіці повсякчасно. Але він діє, як правило, не як самостійна сила, а разом з економікою, технікою і технологією. У цій злитості, цілісності психологічний чинник через свою природу є замаскованим чинником виробництва, що сприймається безпосередньо, а тому часто вислизає від «здорового глузду». З одного боку, здавалося б, економіка є причиною психології, що породжує її, але з іншого, сама психологія є дієвим чинником, що визначає найважливіші характеристики економіки.



За своїм статусом економічна психологія є суміжною науковою дисципліною (або міждисциплінарною галуззю знань), основу якої складають теоретичні положення, методи і результати досліджень, накопичені як у психологічній науці, так і в економіці.

Вся сукупність **методів**, що використовуються в економічній психології, може бути розділена на три групи:

- *перша група* — методи, що традиційно використовуються у психологічних дослідженнях (спостереження, експеримент, анкетування, різні види опитувань та інтерв'ю, тестування, математико-статистичні методи обробки і об'єктивізації даних);
- *друга група* — економічні методи і методи, що використовуються в суміжних наукових напрямках (метод математичного моделювання, логіко-теоретичний аналіз, синтез, метод абстракції, історичний підхід);
- *третья група* — власне методи економічної психології, розроблені з урахуванням специфіки даної наукової дисципліни (наприклад, економіко-психологічний експеримент, що проводиться за схемою традиційного економічного експерименту, але з психологічним оснащенням).

Особливостями першої групи методів є те, що їх використання вимагає репрезентативних вибірок, що підсилює вимоги до процедури організації, планування, проведення експериментальних досліджень. Так, наприклад, маркетингові опитування, експерименти в області психології купівельної поведінки, аналіз впливу реклами на споживача, діагностика підприємницьких здібностей, схильності до економічного ризику та інші дослідження в руслі традиційної економічної психології висувають достатньо жорсткі вимоги до валідності і надійності використовуваних методів, достовірності отримуваних за їх допомогою даних, математико-статистичної обробки і прийомів об'єктивізації отриманих результатів на етапі інтерпретації досліджень і верифікації гіпотез.

На сучасному етапі все більше застосовуються системи і моделі управління, в основі яких лежить передбачення змін і прийняття на



цій основі гнучких, екстрених, експертних економіко-психологічних рішень. Вони характеризуються як підприємницькі, оскільки дозволяють краще враховувати незвичність і несподіваність майбутнього розвитку організацій. У зв'язку з цим сучасні організації (як у державному секторі, так і в недержавному) все частіше звертаються до методів стратегічного планування і управління, розглядаючи раптові і різкі зміни в зовнішньому середовищі, в технологіях, у конкуренції і ринках як реальність сучасного соціально-економічного життя, що вимагає адекватних методів економічної психології. Відповідно змінюються і структури управління, у яких перевага віддається децентралізації і гнучким організаційним механізмам, краще орієнтованим на виявлення нових проблем, вироблення і прийняття економіко-психологічних рішень.

З погляду економічної психології бізнес і підприємництво немислимі без освоєння і впровадження методів інженерної творчості, таких як: мозковий штурм, метод дискусій, метод експертного прогнозування, морфологічного аналізу і синтезу, теорії вирішення винахідницьких задач, функціонально-вартісного аналізу і цілої низки інших методів.

Використання даних методів дозволяє успішно вирішувати найважливіші наукові, винахідницькі, інноваційні і господарські проблеми, виявляти і взаємоузгоджувати інтереси і потреби різноманітних корпоративних груп, формувати необхідну культуру економічного мислення персоналу різних організаційних структур.

У виробничих системах за допомогою процесного аналізу може розглядатися як спеціальна теорія рішень, так і комплексний підхід до аналізу виробничих і економічних процесів, оскільки він дозволяє здійснювати порівняння витрат і результатів при виробленні і реалізації оптимальних рішень.

Аналіз вітчизняних і зарубіжних публікацій в області економічної психології і суміжних з нею областей свідчить про те, що в цих дослідженнях все частіше використовуються методи дослідження операцій, основані на математичному апараті оптимального програмування, теорії масового обслуговування, теорії ігор, евристичному програмуванні.



Достатньо ефективним інструментарієм економічної психології, особливо таких розділів як бізнес і підприємництво, є теорія ігор. Теоретико-ігрові завдання використовуються для прогнозування реакції конкурентів на зміну цін, пропозицію додаткового обслуговування, модифікацію старої і освоєння нової продукції, моделювання економічної поведінки інвесторів на ринку цінних паперів.

Успішно використовуються в управлінні організаційно-виробничими системами програмні методи мережевого планування і управління, які дають відповіді на запитання: коли розпочинати і закінчувати роботи, як усувати виникаючі перешкоди.

Як методи дослідження в економічній психології можна виділити три основних: лабораторні експерименти (різні економічні ігри); польові дослідження, що проводяться в природних умовах, і спеціально розроблені опитувальні методики.

Порівнюючи особливості розвитку економічної психології в Росії і Україні з країнами з розвинутою ринковою економікою, не можна не відзначити однієї особливості в постановці проблем і напрямів емпіричних досліджень. Для західної економічної психології характерне акцентування уваги на процесах прийняття економічних рішень, економічної поведінки і взаємодії партнерів в умовах торгових переговорів і операцій. При цьому активно використовується моделювання економічних процесів в умовах лабораторних експериментів з грошима. Не применшуючи важливості подібних досліджень для отримання суворо фіксованих емпіричних даних і аналізу взаємозв'язків між змінними, що вивчаються, слід підкреслити принципову обмеженість можливостей лабораторного експерименту при вивченні реального економічного життя і соціальної обумовленості психологічних особливостей господарюючих суб'єктів. Ця тенденція відображає ігнорування зарубіжними вченими власне соціальних сторін і проблем економічного життя: відносин власності, бідності і багатства, безробіття.

Для вітчизняної економічної психології, навпаки, характерна пильна увага саме до цих вузлових соціальних проблем економічного життєдіяльності.

Проведення емпіричних досліджень за цими напрямками передбачає вивчення свідомості і поведінки представників різних соціально-економічних груп у природних умовах їх життєдіяльності. При цьому дуже важливо не обмежуватися аналізом лише суб'єктивних уявлень і думок, що виявляються за допомогою опитувальних методів, але й вивчати їх зв'язки з особливостями реальної економічної поведінки в конкретних соціально-економічних умовах. Тут дуже перспективним є використання стратегії природного експерименту, коли соціально-психологічні феномени, пов'язані з особливостями суб'єктивного відображення економічних умов життєдіяльності суб'єктів і регуляцією їх економічної поведінки, досліджуються в умовах радикальних соціально-економічних змін.

Вибір і використання будь-якого з цих методів визначається метою і завданнями дослідження.

Проголошений свого часу В. Дільтеєм один з основоположних принципів «розуміючої психології»: «науки — це предмет і метод...» приводить до думок про те, що економічна психологія, як і будь-яка інша галузь психологічного знання, може претендувати на самостійний науковий статус саме завдяки чітко позначеним межах і областям наукових методів, котрі апробовані у даній галузі і призводять до отримання нових знань. При цьому історія науки показує, що нарощування нових знань може бути корисне і з використанням традиційних методів, що добре зарекомендували себе в суміжних областях, у яких організація і техніка експерименту отримали випереджаючий розвиток. Подібна тенденція характерна й для економічної психології, де розробка власних методологічних і методичних засобів відстає від методів, практично використовуваних в інших галузях наукового знання для вирішення проблем економічної психології.

До **основного завдання** економічної психології відносять, перш за все, активізацію резервів людського чинника в економіці, а саме:

- різке підвищення продуктивності праці і якості продукції;
- повне використання творчого потенціалу трудящих;



- запровадження та суворе дотримання режиму ощадливості у використанні матеріальних, фінансових, енергетичних і трудових ресурсів.

Для економічної психології головним є момент зв'язку економіки в цілому, господарського механізму, конкретних господарських рішень з думками, почуттями, волею, — словом, з психологією людини.

Висновки

1. Моделювання і експериментальне вивчення економічної поведінки найефективніше здійснюється при проведенні спеціально розроблених інноваційних, ділових і організаційно-діяльнісних ігор, які для отримання нових знань дозволяють використовувати увесь спектр методів психологічної науки, а також прийомів і способів обробки, об'єктивізації й інтерпретації отриманих результатів.

2. Як **методи дослідження** в економічній психології можна виділити три основних:

- лабораторні експерименти (різні економічні ігри);
- польові дослідження, що проводяться в природних умовах;
- опитувальні методики.

У прикладній області економічної психології також існують два головні напрями: консультування фірм і окремих клієнтів з конкретних проблем і навчання та підготовка керівників і фахівців у області економічної психології. Як самостійний напрям активно формується психологія бізнесу, в рамках якої психологи відпрацьовують методи і технології практичної роботи в цій області.

Контрольні запитання

1. *Що є предметом економічної психології?*
2. *Охарактеризуйте об'єкт економічної психології.*
3. *Які рівні розгляду впливу людського чинника на різні економічні процеси становлять сферу інтересів економічної психології?*



4. *Які методи використовуються в економічній психології? Які їх особливості?*
5. *У чому полягає сутність методу:*
 - *мозкового штурму,*
 - *дискусій,*
 - *експертного прогнозування,*
 - *морфологічного аналізу?*
6. *Чим визначається вибір того або іншого методу дослідження?*
7. *У чому відмінність напрямів економіко-психологічних емпіричних досліджень у нашій країні від емпіричних досліджень західних країн?*
8. *Які завдання економічної психології?*
9. *Які методологічні принципи сучасного етапу розвитку економічної психології ви знаєте?*



1.3 Еволюція економіко-психологічних ідей в історії розвитку людства

Історія людства налічує всього триста поколінь, ця історія завжди була, залишається і залишатиметься історією людини розумної, поведінка якої була і є предметом теорії, що поєднує в інтегрованому вигляді психологію і економіку. Можна погодитися з І. В. Андреєвою, що серед інших наук і психологія, і економіка порівняно нещодавно віднайшли незалежність і самостійність, які без перетину їх роздумів про людську душу і господарювання втрачають усяке значення [17].

Історія людства — це історія суб'єктів відносин і їх економічної психології. Війни, які становлять лише її частину і які поглинули мільйони людей, є наслідком захисту економічних інтересів народів і держав. Історична спадщина народів полягає лише у тому, що вони внесли в цивілізацію, що побудували, створили, винайшли, і це предмет дослідження **економічної і історичної психології**.

Істинні герої — це люди, що здійснили внесок у розвиток ремесел, виробництва, науки, мистецтва, а не володарі і завойовники, бо перші — це творці, які допомагають людям жити і творити, а другі — руйнівники і споживачі, що знищують людей і створені ними матеріальні або культурні цінності. Цю істину пізнали вже в стародавні часи. Стародавні греки вважали найбільшим героєм Прометея, який ціною власного життя дав людям вогонь знань. Саме тому у всі часи про велич народу, про його внесок в цивілізацію судили і судять не за тим, скільки він висунув зі свого середовища завойовників, відомих воєначальників, а за тим, скільки дав світові великих винахідників, архітекторів, музикантів та художників.

При порівнянні характеристик народів і держав, з погляду економічної психології, чашу терезів переважає та, на якій знаходиться матеріальний добробут, культурний і військово-науковий рівень народу і держави [4].



Нормативні документи господарського права служать основним джерелом аналізу еволюції економічної психології в стародавні і середні віки, іншим джерелом є літературні тексти і фольклор.

Витоки **економічної психології** можна знайти вже при рабовласницькому ладі в законах царя Хаммурапі (1792 - 1750 рр. до н. е). У давньовавілонському царстві були встановлені і діяли юридичні, економічні і психологічні правила та норми рабовласницьких відносин і грошового обігу. Проте виникнення людини економічної пов'язують все ж таки з Новим часом (від 16 - 17 ст. до початку 20 ст.), політичними революціями, промисловим переворотом, появою громадянського суспільства, урбанізацією життя.

Виникнення і розвиток економічної психології як науки завжди був пов'язаний з проблемами соціального рівня суспільства, тому для розуміння проблем економічної психології необхідно, перш за все, визначити головні передумови виникнення і етапи розвитку менеджменту як соціального управління, визначити причини змін управлінських парадигм і суспільно-економічних формацій.

Навіть у найстародавніших суспільствах були потрібні особистості, які координували і скеровували діяльність груп. Наприклад, єгипетські піраміди, висячі сади Вавілона, місто Інків — Мачу Пікчу — це пам'ятники управлінського мистецтва того часу, оскільки будівництво таких унікальних споруд вимагало чіткості в плануванні, організації роботи великої кількості людей, контролю за їх діяльністю.

Перша управлінська революція, що отримала назву релігійно-комерційної, бере початок при зародженні писемності в стародавньому Шумері, тобто близько 3 тис. років до нашої ери.

Друга управлінська революція (1792 - 1750 рр. до н. е.) пов'язана з діяльністю давньовавілонського царя Хаммурапі, який видав зведення законів управління державою для регулювання всього різноманіття юридичних, економічних і психологічних відносин в соціумі.

Третя управлінська революція відбулася за часів правління іншого царя Вавілонії — Навуходоносора II (605-582 рр. до н. е.) — і була направлена на поєднання державних методів правління з контролем діяльності у сфері виробництва і будівництва.

Четверта управлінська революція (17 - 18 ст. н. е.) пов'язана із зародженням капіталізму і початком індустріального прогресу європейської цивілізації. У цей період головним нововведенням в області менеджменту було його відокремлення від власності і формування як самостійного виду професійної діяльності.

П'ята управлінська революція (кінець 19 - початок 20 ст.) одержала назву бюрократичної, оскільки її теоретична платформа базувалася в основному на концепції бюрократичного управління, що дозволило сформувати великі ієрархічні структури менеджменту, здійснити розподіл праці, ввести відповідні норми і стандарти, встановити посадові обов'язки і відповідальність менеджерів.

І, нарешті, **шоста управлінська революція** (з середини 20 ст. - до нашого часу) одержала назву тихої управлінської революції або нової управлінської парадигми. Її основні положення полягають у певній відмові від управлінського раціоналізму класичних шкіл менеджменту і в широкому використанні в управлінні системного і ситуативного підходів, які, у свою чергу, не ведуть до негайного ламання і руйнування структур, що склалися, систем і методів менеджменту на основі економічної психології, а поступово пристосовують їх до нових умов.

Незважаючи на величезне значення революційних перетворень у сфері управління, розвиток менеджменту — це в основному еволюційний процес, який характеризується безперервністю змін, що відбуваються в суспільстві, економіці, культурі, всій системі політичних, соціально-економічних і духовних відносин, відповідних певній стадії розвитку людської цивілізації. В зв'язку з цим викликає інтерес управлінський континуум, складений американським істориком **Клодом Джорджем**, у якому міститься опис *історичного шляху розвитку економічної психології менеджменту* (див. таблицю 1) [47].

Таблиця 1

Управлінський континуум

Роки	Індивідуум або етнічна група	Основний внесок у розвиток економічної психології менеджменту
4000 до н.е.	Єгиптяни	Визнання необхідності планування, організації і контролю
4000-3000 до н.е.	Індійці	Встановлення мінімальної заробітної платні, використання спостерігачів для контролю
3000 до н.е.	Шумери	Писемність, реєстрація фактів
2600	Єгиптяни	Децентралізація в організації управління
1800	Хаммурапі	Використання спостерігачів і письмових документів для контролю; встановлення мінімальної заробітної платні, визнання неприпустимості перекладання відповідальності
1600	Єгиптяни	Централізація в організації управління
1491	Євреї	Концепції організації, скалярний принцип, принцип виключення
1100	Китайці	Визнання необхідності організації, планування, керівництва і контролю
600	Навуходоносор II	Контроль виробництва і стимулювання за допомогою заробітної платні
500	Менціус	Визнання необхідності систем і стандартів
	Китайці	Визнання принципу спеціалізації
	Сун-Цзи	Визнання необхідності планування, керівництва і організації
400	Сократ	Формулювання принципу універсальності економічної психології управління
350	Греки	Використання наукових методів праці і робочого ритму
350	Платон	Формулювання принципу спеціалізації

Продовження таблиці 1

Роки	Індивідуум або етнічна група	Основний внесок у розвиток економічної психології менеджменту
325	Олександр Великий	Створення штабу
175	Като	Використання описів робіт
50	Варрон	Використання робочих специфікацій
20 н.е.	Ісус Христос	Єдність керівництва, золоте правило, людські відносини
284	Діоклетіан	Делегування повноважень
900	Аль-Фарабі	Вимоги до керівника
1395	Франсіско Ді Марко	Облік витрат виробництва
1410	Брати Сорансо	Використання журналів доходів і grosбухів
1436	Арсенал Венеції, венеціанці	Облік витрат виробництва, чеки і баланси для контролю, присвоєння номерів при інвентаризації, використання методу конвеєра, використання управління кадрами, стандартизація і взаємозамінність деталей, контроль товарних запасів і собівартості.
1500	Томас Мор	Заклик до посилення спеціалізації, аналіз недоліків поганого керівництва
1525	Нікколо Макіавеллі	Усвідомлення принципу масової згоди, визнання необхідності цілеспрямованості в організації, визначення якостей керівника
1767	Джеймс Стюарт	Витоки теорії влади, дослідження впливу автоматизації
1776	Адам Сміт	Застосування принципу спеціалізації до промислових робітників, концепції контролю, розрахунок оплати праці, основи економічної психології
1785	Томас Джефферсон	Акцентування уваги на концепції взаємозамінності



Продовження таблиці 1

Роки	Індивідуум або етнічна група	Основний внесок у розвиток економічної психології менеджменту
1799	Еллі Уїтні	Наукові методи, використання методів обчислення собівартості, контроль якості, концепція взаємозамінності
1800	Джеймс Уатт, Маттеус Бултон, Сухо	Стандартні операції, специфікації, робочі методи, планування, стимулювання заробітною платнею, стандартний час, стандартні дані, різдвяні свята для службовців, різдвяні премії, страхове товариство службовців, ревізії балансу і звітності
1810	Роберт Оуен	Використання в практиці особистого досвіду, відповідальність за підготовку робітників, будівництво житлових будинків із зручностями для робітників
1820	Джеймс Мілл	Аналіз і узагальнення людської мотивації
1832	Чарльз Беббейдж	Акцентування уваги на науковому підході, визнання особливої важливості спеціалізації, розподіл праці, дослідження трудових рухів і витрат часу, вплив різних кольорів на ефективність праці, обчислення собівартості
1835	А.Маршалл	Визнання і обговорення відносної важливості функцій управління в економіці
1855	Генрі Пур	Принципи організації, зв'язку і інформації стосовно залізниць
1856	Даніель К., Мак-Каллум	Використання організаційних схем для демонстрації структури менеджменту, застосування систематичного менеджменту на залізничному транспорті
1880	Ф.Візер	Політекономія - один з розділів прикладної психології

Продовження таблиці 1

Роки	Індивідуум або етнічна група	Основний внесок у розвиток економічної психології менеджменту
1871	В.С.Джевонс	Використання на практиці мотиваційних досліджень і вивчення дії різних факторів на робітника, дослідження втомленості
1891	Фредерік Халсі	План преміальних виплат заробітної платні
1900	Фредерік У.Тейлор	Науковий менеджмент, системний підхід, кадровий менеджмент, необхідність кооперації між працею і менеджментом, висока заробітна плата, рівноправність між працею і менеджментом, функціональна організація, принцип винятковості стосовно цехів, система оцінки собівартості, методичні дослідження, дослідження робочого часу, визначення наукового менеджменту, наголос на роботі менеджера, наголос на дослідженні, стандартах, плануванні, контролі та кооперації
1901	Генрі Л.Гант	Системи заохочення, гуманний підхід до праці, схеми Ганта, відповідальність менеджера за підготовку робітників
1910	Г.Мюнстерберг	Використання психології в менеджменті і роботі
	Харрінгтон Емерсон	Ефективний інженеринг, принципи ефективності
1911	Харлоу С.Парсон	Наукове визнання менеджменту
1915	Ф.В.Харріс	Модель економічної партії товару
	Томас А.Едісон	Розробка плану військових маневрів з метою виявлення і знищення підводних човнів
1916	Анрі Файоль	Перша повна теорія менеджменту, функції і принципи менеджменту, визнання необхідності викладання менеджменту в навчальних закладах



Продовження таблиці 1

Роки	Індивідуум або етнічна група	Основний внесок у розвиток економічної психології менеджменту
1916	Александр Г.Черч	Функціональна концепція менеджменту, вперше розглянутий весь комплекс концепцій менеджменту
	А.К.Ерланг	Передбачення теорії масового обслуговування
1921	Вальтер Д.Скотт	Привнесення психологічних знань в рекламну справу і роботу з кадрами
1923	Олівер Шелдон	Розвиток філософії і принципів менеджменту
1925	Рональд А.Фішер	Статистичні методи
1927	Елтон Мейо	Соціологічна концепція групових устремлінь
1928	Т.К. Фрай	Статистичні основи теорії обслуговування
1930	Мері П.Фоллетт	Філософія менеджменту, заснована на індивідуальній мотивації, груповий підхід до вирішення проблем менеджменту
1931	Джеймс Д.Муні	Визнання універсальності принципів організації
1938	Честер Барнард	Теорія організації, соціологічні аспекти менеджменту, необхідність комунікації
	Блекет	Операційні дослідження в психології і економіці праці
1943	Лінжелл Урвік	Зведення воедино і кореляція принципів управління
1947	Макс Вебер Реніс Лікер Кріс Арджіріс	Наголос на психології, соціальній психології і дослідженні людських відносин в теорії організації, включення системної теорії організації
1949	Ноберт Вінер Клод Шеннон	Наголос на системному аналізі і теорії інформації в пошуку закономірностей управлінської праці
1951	Франк Абрамс, М.Селекман	Введення мистецтва управління в мислення керівників різних рівнів управління



Закінчення таблиці 1

Роки	Індивідуум або етнічна група	Основний внесок у розвиток економічної психології менеджменту
1955	Герберд Саймон, Гарольд Дж.Левітт, Роберт Шляйфер	Надання особливого значення поведінці людини при ухваленні рішень, яка розглядалася ними як ідентичний, спостережуваний і вимірюваний процес
1960	Дуглас Мак Грегор	Доказ того, що ставлення менеджера до підлеглих істотно впливає на їхню поведінку і на робочий клімат в організації. У теорії «Х» - надання пріоритету контролюючому менеджеру, в теорії «У» - принципу розподілу відповідальності
1965	Ігор Ансофф	Перегляд колишніх методів довгострокового планування, модель стратегічного планування
1975	Вільям Оучі, О.Вільямсон	Розвиток теорії фірми - недосконалість ринку - причина існування фірм
	Геральд Саланчик	Теорії владних структур усередині організації і між ними
1976	Розмарі Стюарт	Альтернативи і обмеження дій менеджера в різноманітних ситуаціях і відмінності між окремими видами управлінських задач
1980	Джеффри Пфеффер, Мішель Крузьє	Теорії владних структур усередині організації і між ними
	Майк Портер	Нові ідеї щодо конкурентної стратегії, конкурентоспроможності, споживчих якостей продукції і ресурсів, виражених через собівартість
1982	Теренс Діл, Аллан Кеннеді	Створення концепції корпоративної культури як вищого чинника, що впливає на «організаційну поведінку» і корпоративний розвиток
1985	Том Петерс	Ставлення до споживачів як до людей, а до персоналу організації - як до важливого ресурсу розвитку економічної психології.



Розглядаючи шлях становлення і етапи розвитку економічної психології в контексті теорії і практики управління, багато дослідників виділяють в цьому еволюційному процесі декілька найважливіших історичних періодів.

Перший період — **стародавній** або **історичний** — був найбільш тривалим у розвитку економічної психології управління (з 9 - 7 тисячоліття до н. е. приблизно до другої половини 17 ст. н. е.).

Перш, ніж виділити управління в сферу професійної діяльності і знайти його наукову основу, людство тисячоліттями потроху накопичувало досвід. Перші, найпростіші, зародкові форми впорядкування і організації спільної праці існували ще на стадії первіснообщинного устрою. В цей час управління здійснювалося спільно всіма членами роду, племені або общини. Старійшини і вожді родів і племен уособлювали керівне начало всіх видів діяльності того періоду доекономічних відносин.

Приблизно в 9 - 7 тис. до н. е. у ряді місць Близького Сходу відбувся перехід від привласнюючого господарства (полювання, збирання плодів) до принципово нової форми отримання продуктів — їх виробництва (виробляючої економіки). Перехід до виробляючої економіки став *точкою відліку в зародженні економічної психології*, віхою в накопиченні людьми певних знань в галузі управління. Вже багато філософів старовини вважали, що причиною тяжкого становища суспільства є, як правило, відсутність належного управління або порушення старшинства між людьми. Одним з перших, хто дав характеристику управлінню як особливій сфери діяльності, був **Сократ** (близько 470 - 339 рр. до н. е.). Він проаналізував різні форми управління, на основі чого проголосив деякі принципи господарської діяльності. **Платон** (428 - 348 рр. до н. е.), розглядаючи управління, як найважливіший елемент системи життєзабезпечення суспільства, зробив спробу розмежувати функції органів управління. Ще один великий мислитель — **Аристотель** (384 - 322 рр. до н. е.) — вказував на необхідність розробки основ «панської науки» — принципів ведення господарства і закономірностей духовного життя.

Найчіткіше висловив економіко-психологічні принципи управління Н. **Макіавеллі** (1469 - 1527), який у своїй праці «Государ» сформулював наступні чотири принципи, що істотно вплинули на розвиток сучасного управління:

- авторитет і влада лідера базуються на підтримці його прихильників;
- підлеглі повинні знати, що вони можуть чекати від свого лідера, і розуміти, що він чекає від них;
- лідер повинен мати волю до виживання;
- лідер — завжди зразок мудрості і справедливості для своїх прибічників [61], [62].

Другий, або **індустріальний період**, має назву періоду промислового капіталізму (1776 - 1890 рр.). Найбільший внесок в розвитку уявлень про макроекономічні принципи економічної психології управління в цей період зробив **А. Сміт** (1723 - 1790), який є не лише представником політекономії, але й одним з класиків економічної психології. Він проаналізував різні форми розподілу праці, визначив норми виробітку та винагороди, створив концепцію контролю, а також охарактеризував обов'язки государя і держави. Викладаючи на кафедрі етичної філософії в Глазго, Адам Сміт у 1750 році випустив свою головну, як він тоді вважав, книгу «Теорія етичних почуттів». Адама Сміта, як дослідника, глибоко хвилювали проблеми людської душі. Працюючи в цьому напрямі, він не міг бути не знайомий з сучасними психологічними думками. Тому в своїй наступній книзі «Дослідження про природу і причини багатства народів», завершений у 1776 році, він представив образ «економічної людини» значно менш раціональним, ніж його безпосередні послідовники.

Значний внесок у розвиток економічної психології управління вніс англієць **Р. Аркرایт** (1732-1792), який об'єднав під дахом своєї фабрики всі процеси текстильного виробництва і ввів ієрархічний принцип його організації. На основі розподілу праці, планування розміщення устаткування, координації роботи машин і персоналу, забезпечення дисципліни, йому вдалося досягти безперервності

здійснення технологічних процесів, що дозволило істотно заощадити на витратах виробництва і досягти чималих успіхів у боротьбі з конкурентами.

Великий вплив на формування багатьох існуючих наукових напрямів в економічній психології управління справило вчення Р. Оуена (1771 - 1858). Його ідеї гуманізації управління виробництвом, а також визнання необхідності навчання, поліпшення умов і нормування праці і побуту робітників актуальні і сьогодні, доводять необхідність поєднання економіки праці і психології праці в єдину науку.

Перший переворот у теорії і практиці управління пов'язаний із створенням і використанням обчислювальної техніки. У 1833 р. англійський математик **Ч. Беббейдж** (1792 - 1871) розробив проект «аналітичної машини» — прообразу сучасної числової обчислювальної техніки, за допомогою якої вже тоді економіко-психологічні рішення приймалися ефективніше і оперативніше. Крім того, його книга «Про економію матеріалів і устаткування» виявилася першою в світі публікацією в області економіки праці і інженерної економічної психології [47].

Власне *початок розвитку економічної психології* більшість учених правомірно пов'язує з індустріальним періодом, або періодом промислового капіталізму. Саме на цьому етапі виникнення і вдосконалення ринкової економіки викликало потребу в творчих керівниках, що знають, як найкращим чином управляти організаціями. Зіткнувшись з конкуренцією, мінливим зовнішнім середовищем, керівники розвивали систему знань про те, як краще координувати спільну працю людей і раціональніше використовувати обмежені ресурси на базі досягнень економіки і психології праці.

Третій період в розвитку *економічної психології* управління називається також періодом її **систематизації** (1856 - 1960 рр.). Формуються нові напрями, школи, концепції економічної психології, змінюється і удосконалюється її науковий апарат, нарешті, змінюються самі дослідники і їх погляди. Менеджери поступово змінюють



свої орієнтири від потреб конкретної організації на вивчення способів управління, що діють в їхньому оточенні. Одні з них вирішували свої управлінські проблеми тими способами, які спрацьовували і раніше. Інші шукали більш систематизованих підходів до управління. Їхні індивідуальні успіхи і провали можуть дати цінні уроки для економічної психології. По суті, те, що ми сьогодні називаємо менеджментом, зародилося, як вже наголошувалося, на основі досягнень економічної психології. Виникнення фабрики як первинного типу виробництва і необхідність забезпечення роботою великих груп людей означало, що власники більше не могли спостерігати за діяльністю всіх працівників. В результаті були обрані кращі працівники, яких навчали для того, щоб вони могли представляти інтереси власників на робочих місцях. Ці люди були першими менеджерами і практично впроваджували досягнення психології і економіки праці на практиці.

Слід зазначити, що в період систематизації менеджменту становлення і розвиток його основних шкіл, концепцій і напрямів відбувався під впливом спочатку промислового капіталізму (1777 - 1890 рр.), а потім фінансового (1890 - 1933 рр.) і національного капіталізму, що прийшли йому на зміну. Якщо в епоху промислового капіталізму основну увагу дослідники приділяли оптимізації управління промисловим виробництвом, а при фінансовому капіталізмі акцент робився на управлінні фінансовими ресурсами і розширенні банківської системи, то в епоху національного капіталізму управлінська парадигма змістилася у бік вивчення державного регулювання економіки і обґрунтування шляхів встановлення економіко-технологічного балансу інтересів у суспільстві. Відбулася відома інституалізація економіки, завдяки чому отримали розвиток економіка і психологія праці, з'явилися *публікації з економічної психології* як самостійної галузі наукового знання.

Четвертий, або **інформаційний** період (з 1960 р. - до теперішнього часу), характеризується найінтенсивнішим розвитком теорії і практики економічної психології управління, він пов'язаний з розробками більш

пізніх наукових шкіл і концепцій управління, що спираються на використання кількісного, системного і ситуативного підходів із застосуванням сучасних комп'ютерних технологій та інформаційних систем. Цей період розвитку економічної психології, що знаходиться під впливом управлінського (1950 - 1990 рр.) і підприємницького (1990 - н. ч.) капіталізму, збігся зі вступом розвиненого суспільства в інформаційну стадію. На зміну традиційному напрямку в економічній психології управління, що знайшов своє відображення в американській моделі управління, і відносно новому поведінковому напрямку, втіленому в японській моделі, приходить ще новіший (неформальний) інноваційний, який, на думку багатьох дослідників, прийнято характеризувати як індивідуалістичний або інформаційний, побудований на новій філософії управління і економічній психології.

Основне *завдання економічної психології управління 21 століття* полягає в тому, щоб робити знання продуктивними. Її основні положення характеризують такі моменти:

- ставка робиться на людину, яка самоактуалізується;
- організація розглядається як живий організм, що складається з людей, об'єднаних спільними цілями;
- організації має бути властиве постійне оновлення, схильність до інновацій. Впровадження новачій повинне базуватися на економіко-психологічних, маркетингових дослідженнях споживачької поведінки соціуму.

А зараз звернемося до еволюції **теорії раціональної «економічної людини»**, без розгляду якої неможливе подальше вивчення економічної психології.

Ця теорія оформилася в працях А. Сміта, А. Маршалла, Дж. Кейнса. **Мета діяльності раціональної «економічної людини»** полягає в отриманні вигоди, доходу. Ідея «економічної людини» тривалий час панувала в економічній психології, набуваючи все нових форм. Рамки цієї концепції не стримували дослідників доти, доки ними були економісти. Більшість сучасних суспільствознавців



сходиться на думці щодо теоретичних припущень, на яких будується модель **економічної людини**. Як правило, таких припущень чотири:

- 1) Економічна людина діє на конкурентному ринку, що передбачає її мінімальний взаємозв'язок з іншими економічними людьми.
- 2) Економічна людина раціональна з погляду механізмів прийняття рішень. Вона здатна до постановки мети, послідовного її досягнення, розрахунку витрат у виборі засобів такого досягнення.
- 3) Економічна людина володіє повнотою інформації про ту ситуацію, в якій вона діє, задовольняючи свої потреби.
- 4) Економічна людина егоїстична, тобто вона прагне до максимізації своєї вигоди.

Розглянемо, як змінювалася модель людини в економічних теоріях. Для зручності візьмемо за основу гіпотезу **В. В. Радаєва** про те, що кожна дослідницька дисципліна має внутрішній цикл розвитку, який умовно можна розбити на шість етапів [75]:

- 1) **Докласичний**, коли відбувається обґрунтування дисципліни, визначаються її основні поняття і вводяться ключові терміни.
- 2) **Класичний**, коли складається загальний дисциплінарний підхід, розробляються перші системи понять.
- 3) **Неокласичний**, або етап професіоналізації, коли складається «методологічне ядро», йде детальна розробка категоріального апарату, створюються робочі моделі і інструментарій, спостерігається інтеграція дисципліни і її відособлення від інших областей знань.
- 4) Етап **професійної зрілості**, коли відбувається відносно відособлений розвиток дисципліни, її добудовування і заповнення «білих плям», складаються основні дослідницькі напрями.
- 5) Етап **кризи і експансії**, коли здійснюється перевизначення власних меж, робляться спроби вторгнення в суміжні області, активно використовуються міждисциплінарні підходи.
- 6) Етап **фрагментації і переоформлення**, коли виникає декілька нових відносно самостійних галузей знань, що змішуються з суміжними дисциплінами.

Таблиця 2

Економічна модель людини в економічних теоріях

Етап, школа	Учений, час	Уявлення про економічну людину, систему економічних поглядів
Класичний етап	А.Сміт, 1723- 1790 рр.	Людина — автономний індивід, підвладний природним мотивам: самокорисливим інтересам і схильністю до обміну. Головні риси людини — егоїзм, бажання отримати максимальний результат при мінімальних витратах. Особистий інтерес може йти в розріз із суспільним, наприклад, це виявляється в спробах обмежити діяльність конкурентів. Але навіть при найегоїстичніших схильностях ринкова економіка, заснована на вільній конкуренції, яку забезпечує держава, дає кращий результат, ніж примусова регламентація економічних відносин, оскільки піклуючись про власні інтереси, людина примножує не лише своє благополуччя, але й багатство суспільства.
	Д.Рікардо, 1772 -1823 рр.	Виходячи з передумов: убуваючої родючості ґрунту, мальгусівського закону народонаселення і особистого інтересу як основного мотиву економічної діяльності, вивів закони розподілу доходів між основними суспільними класами. Тільки капіталісти поведуться відповідно до логіки особистого інтересу. Але і це прагнення модифікується різними звичками і забобонами (наприклад, небажання розлучатися з підприємством, що гине, або упередження перед вкладенням капіталу за кордоном). Поведінка робітників підпорядкована лише звичкам та інстинктам, а землевласники — одержувачі ренти, які нічого не роблять — взагалі не владні над свої поведінкою.

Продовження таблиці 2

Етап, школа	Учений, час	Уявлення про економічну людину, систему економічних поглядів
Класичний етап	Д.Мілля, 1806- 1873 рр.	Політекономія абстрагується від всіх людських мотивів, окрім прагнення до багатства і внутрішнього обмеження цього прагнення — огиди до праці і небажання відкладати на завтра те, що можна спожити сьогодні. Проте Д.. Мілля розумів, що така економічна людина — наукова абстракція, а зростанню конкуренції на ринку протистоять звички і традиції. Модель економічної людини має просторові обмеження для свого застосування, оскільки в країнах континентальної Європи люди задовольняються меншими грошовими баришами, які мають не таку велику цінність в порівнянні з спокоєм і задоволенням.
	К.Маркс, 1818- 1882 рр.	Об'єктивні умови капіталістичного суспільства ставлять людей в настільки жорсткі рамки, що їх вибір виявляється однозначно детермінованим, а особисті переваги не мають нагоди виявитися. Основними економічними потребами людини є самовдосконалення, всебічний розвиток своїх здібностей, максимальна тривалість активного творчого життя.
Неокласичний етап	І.Бентам. 1748- 1832 рр., ідейний попередник маржиналістів	Модель людини І.Бентама, на його думку, універсальна і підходить не лише для економіки, але й для всіх інших сфер життєдіяльності. Всі мотиви людини гедоністичні, тобто зводяться до досягнення задоволення, щоб уникнути засмучення. Людина повністю позбавлена емоцій і здібна лише до арифметичних дій для отримання максимуму щастя. Помилки можливі, але нов'язані або з поганими здібностями до арифметики, або з упередженими оцінками.



Продовження таблиці 2

Етап, школа	Учений, час	Уявлення про економічну людину, систему економічних поглядів
Маржиналістська революція	Г.Госсен, ідейний попередник маржиналістів	Для людини характерне прагнення до максимізації задоволення. Перший закон Госсена — убування насолоди у міру її повторення або продовження. Другий закон Госсена — можлива рівність насолод, якщо час, який людина може їм присвятити, обмежений. Цінність блага — різниця між убуваючою насолодою і наростаючими тяготами праці.
Неокласичний етап	Л.Вальрас, 1834- 1910 рр.	Теорія загальної рівноваги, побудована знизу, з урахуванням поведінки окремих виробників і споживачів. Вона у край абстрактна і не передбачає перебігу часу, невпевненості в ухваленні рішень, невизначеності нововведень, економічного зростання, неповної зайнятості. Людина — максимізатор корисності, в основі її поведінки — тільки економічна раціональність, моральність не повинна враховуватися. Функція корисності залежить від стійкості, транзитивності і монотонності насичення, з чого витікає математичний напрям в економіці, концепція загальної економічної рівноваги.
Маржиналістська революція	К.Менгер, 1840-1921 рр.	Суб'єктивістський напрям: в основі поведінки економічної людини лежить природне прагнення якомога повніше задовольнити потреби, і для його підтримки не потрібні ні закони, ні примус. Нові економічні інститути виникають і можуть існувати лише внаслідок розуміння частиною підприємців переваг якихось господарських форм.

Продовження таблиці 2

Етап, школа	Учений, час	Уявлення про економічну людину, систему економічних поглядів
Неокласичний етап	А.Маршалл, 1842 - 1923 рр.	Намагається ввести в економічну теорію раціональнішу людину, передбачаючи її дії в рамках оптимізаційних моделей. Це призводить до відбору тільки тих форм поведінки, які більш стійкі і піддаються вимірюванню. Все інше відкидається як певне відхилення від норми. У результаті робочі оптимізаційні моделі все більше розходяться з емпіричним спостереженням.
Маржиналістська революція	В.Парето, 1848 - 1923 рр.	Прагнення до звільнення економічної теорії від психологізму. Предмет і причини максимізації вигоди неважливі. Головне ж — приписувана людині логіка вибору і послідовність дій.
Етап професійної зрілості	Д.Кейнс, 1833 - 1946 рр.	Для створення моделі людини, придатної для макроаналізу, оперував психологічними чинниками (схильність до заощаджень, перевага ліквідності). Вивів на перший план фігуру біржового спекулянта як найхарактернішу для його часу. Розглядав екстремальні економічні ситуації і на їхньому фоні — поведінку при неповній економічній інформації. При цьому з'являвся вплив очікувань, ілюзій, настроїв і інших психологічних чинників.
	Ф.Хайск, 1889- 1992 рр.	Людина просто наслідує традиції і пристосовується до невідомого, при цьому конкуренція забезпечує відбір раціональних і ірраціональних правил і формують традиції. Еволюційний раціоналізм означає, що загальний порядок — не продукт людського розуму, а явище, що виникає спонтанно. При взаємодії індивідів можливий конфлікт, порушення рівноваги між економічними людьми, при цьому важлива роль соціальних інститутів як стійких комплексів, що регулюють правила, норми і установки в накопиченні і розподілі знань між індивідами.



Продовження таблиці 2

Етап, школа	Учений, час	Уявлення про економічну людину, систему економічних поглядів
Етап професійної зрілості	Г.Госсен, 1810- 1858 рр.	Вводить в економічну теорію раціонального суб'єкта, поведінка якого, в тому числі і на роботі, характеризується законом убуючої корисності.
	Інституціоналісти: Т.Веблен, 1857- 1929 рр.	Розумів, що існує величезний розрив між економічною теорією і економічною реальністю, а модель економічної людини, що зіставляє корисність благ з витратами, застаріла. Людська природа визначається психічними чинниками: інстинктами — цілями людської поведінки, що формуються в культурному контексті і передаються з покоління в покоління. Головним мотивом економічної поведінки людини учений вважав прагнення до підвищення соціального статусу, яке веде до технічного прогресу.
	Д.Коммонс, 1862- 1945 рр.	Досліджував роль корпорацій, профспілок, політичних партій в узгодженні дій індивідів і їх вплив на економічну діяльність держави.
	Р.Коуз (1910 р.)	Досліджував роль об'єктів економічного аналізу, особливо права власності і трансактні витрати (витрати на пошук і отримання інформації, переговори і прийняття рішень, перевірку і забезпечення їх виконання).



Продовження таблиці 2

Етап, школа	Учений, час	Уявлення про економічну людину, систему економічних поглядів
Етап професійної зрілості	Г.Мінз, 1896-1982 рр., Д.Гелбрейт (1908 р.), В.Ойкен 1891 - 1950 рр., Г.Саймон (1916 р.)	Основний мотив економічної поведінки — прагнення до підвищення соціального статусу, отримання престижної роботи, соціальної захищеності. Людина прагне не лише до отримання матеріальних благ, але й до збільшення вільного часу. Економічна модель поведінки доповнюється такими психологічними чинниками як милосердя і альтруїзм, служіння колективу, суспільству. Людина економічна доповнюється рисами людини соціальної. У той же час людям характерна недостатня поінформованість, а тому обмежена раціональність, причини цього криються в економічній поведінці звичаїв, традицій, культурних цінностей, релігійних вірувань.
Етап кризи і експансії	М.Фрідмен (1912 р.)	Для примноження свободи підприємництва треба зменшити роль держави в економіці. Оскільки всі коливання економічної активності супроводжуються змінами в пропозиції грошей, єдина задача держави — регуляція їх кількості в обігу.
	Г.Беккер (1930 р.)	Розширення сфери застосувань економічної логіки, поширення концепції накопичення капіталу на трудову і споживацьку поведінку людини. Смаки і переваги постійні в часі і однакові для всіх індивідів і груп у реальній економічній поведінці. Важливим елементом раціональності стає економічне витрачання ресурсів на якийсь оптимальний обсяг інформації.

Закінчення таблиці 2

Етап, школа	Учений, час	Уявлення про економічну людину, систему економічних поглядів
Етап кризи і експансії	Д.Бьюкенен, (1919 р.)	Методи аналізу ринкової поведінки можна застосувати до дослідження будь-якої сфери діяльності.
	А.Сен, Ю.Ельстер, Дж. Ремер	Активне введення в економічну теорію етичного начала, при цьому етичні мотиви достатньо дефіцитні в економіці, а як опора — хисткі (альтруїзм проти особистого інтересу виглядає слабкішим чинником).
Економічний імперіалізм, етап професійної зрілості	Г.Тард	Економічні проблеми розв'язуються із застосуванням методів соціальних наук (наприклад, голосування при ухваленні рішень), це викликає перетворення економіки на гуманітарну науку. Все більше уваги приділяється ролі соціально-психологічних чинників у регулюванні економічної поведінки людини.
	В.Вернадський	Діяльність людини на землі тісно пов'язана з космосом. Головна мета людини — в праці реалізувати всі свої ідеї. Головним принципом ноосфери (нового стану біосфери) є звільнення людини від рутинних технічних дій, максимальне виявлення розуму, здібностей, свобода наукового пошуку.

На першому, докласичному етапі не було ще і мови про якість відособлення економічної людини із загального метафізичного уявлення про неї. Тому почнемо аналіз економічної моделі людини відразу з другого етапу розвитку економічної науки (див. таблицю 2).

Досить цікавим є те, що на етапі професійної зрілості, особливо у інституціоналістів, простежується вплив сучасної психології на модель економічної людини.

Важливим етапом становлення економічної психології стало відкриття граничної корисності і розробка маржиналістської (від франц. *marginal* — граничний, кінцевий), або суб'єктивно-психологічної теорії в економіці. Англієць **У. С. Джевонс (1835 - 1882 рр.)** сформулював закон убуваючої граничної корисності, згідно з яким суб'єктивно оцінювана цінність блага, що споживається, визначається його корисністю, яка, у свою чергу, характеризується співвідношенням між приростом задоволення, отриманого від останньої одиниці споживаного блага, і приростом загального запасу цих благ у споживача. У міру задоволення даного виду потреби і збільшення пропозиції відповідних товарів корисність убуває.

Француз **Л. Вальрас (1834 - 1910 рр.)**, розвиваючи теорію граничної корисності, сформулював положення про те, що гранична корисність є убуваючою функцією споживаного блага. Тому ціна товару, що визначається його граничною корисністю, залежить перш за все від рідкості даного товару, а не від витрат на його виробництво.

Австрієць **К. Менгер** сформулював закон, згідно з яким вся товарна готівка оцінюється у вигляді добутку цінності останньої, найменш корисної одиниці на кількість даного товару [34].

Роботи економістів суб'єктивно-психологічної школи заклали основи сучасної мікроекономіки, де економічна поведінка людини визначається балансом між суб'єктивно оцінюваними витратами, пов'язаними з придбанням економічних благ, (зокрема тягаря праці, що витрачається) і суб'єктивно оцінюваними задоволеннями, які отримуються від їх споживання.

Сучасні уявлення про роль психологічних чинників на макроекономічному рівні були розроблені в працях американських економістів. Зокрема основний психологічний закон **Дж. Кейнса** свідчить, що схильність до споживання в суспільстві підвищується у

міру зростання доходів і знижується у міру їх зниження, але більш повільно, що пояснюється дією соціально-психологічних чинників (інертністю звичок, традицій). Цим пояснюється співвідношення часток бюджету, що направляються на споживання і заощадження на різних стадіях життєвого циклу людини.

Серед психологів проблеми економічної психології одним з перших почав розробляти французький учений **Габріель Тард** ще в 1902 році. За визначенням Тарда, **економічна психологія** має справу з психологічними основами економіки або, кажучи іншими словами, з психологічними положеннями, на яких ґрунтується економічна теорія. Г. Тард одним з перших звернув увагу на роль соціально-психологічних чинників (етнокультурних особливостей, традицій, макросоціального оточення) в регуляції економічної поведінки.

Німецький психолог **Г. Мюнстерберг** (1863 - 1916 рр.), відомий в Росії як засновник психотехніки, займався емпіричними, зокрема експериментальними дослідженнями в області психології праці і реклами. Характерною особливістю його наукового підходу є націленість переважно на сферу мікроекономічних відносин, так, наприклад, дослідження питань монотонності праці, ступеня справедливості одержуваної оплати.

У США батьком економічної психології вважається **Джордж Катона** [109, 110], який перший почав систематично застосовувати психологічну теорію і психологічні методи для дослідження економічних проблем. Саме Катона сформулював одну з базових ідей економічної психології: покупка залежить не лише від здатності (економічної можливості) зробити покупку, але і від бажання її зробити (психологічної готовності). Результати досліджень, проведених Катона, показали, що поведінку покупця як сукупність реакцій на економічні стимули можна достатньо точно описати і спрогнозувати, використовуючи результати регулярних досліджень купівельних установок у поєднанні із статистичним аналізом економічних даних.



У якнайповнішому об'ємі його теоретичні уявлення описані в книзі «Психологічна економіка» (1957 р.). Головна задача у використанні психології для економічних досліджень, на думку Катона, полягає у виявленні і аналізі внутрішніх тенденцій, що лежать в основі економічних процесів і відповідальні за економічні вчинки, рішення, вибори. Економіка без психології не може успішно досліджувати найважливіші економічні процеси, так само як психологія без економіки не має нагоди досліджувати найважливіші аспекти людської поведінки. Дж. Катона запропонував загальну модель, що включає основні групи чинників економічної поведінки, яка визначає місце психічних процесів як проміжних змінних, що опосередковують вплив зовнішніх умов на економічну поведінку.

Дослідження установок споживання і бізнесу, розпочаті Дж. Катона, швидко поширилися у всіх країнах світу. Починаючи з 70-х років, такі дані (опитувань) збираються у всіх країнах ЄС, в них дається аналіз очікувань у середовищі бізнесу і споживання відносно майбутніх економічних умов життя в масштабах держави і індивідуального господарства, що становить велику цінність в плані підготовки короткострокових прогнозів споживацької і ділової активності.

Організаційне оформлення економічної психології відбулося на початку 80-х років, коли провідні дослідники, які займаються проблемами економічної психології, об'єдналися в міжнародну асоціацію дослідників економічної психології. Основним завданням цієї організації є надання допомоги дослідникам шляхом організації конференцій, наукових шкіл, видання «Журналу економічної психології».

Серед вітчизняних мислителів велику увагу ролі психологічних чинників у господарській діяльності надавали **С. Н. Булгаков, П. Б. Струве, П. Н. Савицький, А. В. Чаянов**. Характерною особливістю цих робіт є підвищена увага до соціально-психологічних аспектів феномена господарювання: проблем спілкування, взаємодії і взаємостосунків між людьми і групами у процесі господарської діяльності.



Так **П.І. Савицький** розглядає підприємництво не лише як господарсько-економічну, але і як особливу духовно-економічну діяльність. Господарське ставлення включає, на його думку, не лише прагнення до отримання найбільшого доходу, але і прагнення до збереження і розширення задоволеності працюючих у господарстві людей.

У теорії трудового селянського господарства **А. В. Чаянов** розробляє принцип граничної корисності стосовно аналізу господарської діяльності. Суб'єктивна оцінка цінності результатів господарської діяльності визначається людиною як співвідношення тяжкості останніх, граничних одиниць праці, що витрачається для збільшення об'єму виготовляємої продукції, і граничної корисності, що визначається ступенем задоволення потреб суб'єкта в матеріальних благах, яка знижується в міру зростання цінностей, що надходять у володіння суб'єкта господарювання. У теорії А. В. Чаянова людина одночасно виступає як суб'єкт виробництва, так і споживання. При чому як суб'єкт господарювання розглядається не лише окремий індивід, але група людей.

Велика кількість досліджень у дореволюційній Росії була присвячена таким цікавим соціально-психологічним феноменам як підприємницькі об'єднання. У огляді цих робіт **Є. В. Шорохова** відзначає, що в основі створення таких господарських об'єднань як товариства і артілі, разом з чисто господарськими цілями важливе значення мало і спілкування, об'єднання людей в групи на основі взаємодопомоги, довіри, взаємної відповідальності. Проте з розвитком капіталістичних відносин все більшого поширення набували акціонерні товариства, для яких характерне чітке обмеження майнової участі і відповідальності індивідів [96].

У зарубіжній економічній психології центральним напрямом емпіричних досліджень є вивчення поведінки споживачів. Це обумовлено і практичною необхідністю таких досліджень для наукового забезпечення вирішення завдань реклами і маркетингу, і реальністю повсякденного життя суспільства з ринковою економікою, яке не випадково називають суспільством споживачів.



Для розвитку вітчизняної економічної психології характерний вищий інтерес до сфери виробництва матеріальних і духовних благ, ніж їх споживання. Це також пов'язано з традиціями розвитку вітчизняної науки і з практикою суспільного життя.

З одного боку, до моменту оформлення економічної психології в самостійну галузь знань в суспільній науці був накопичений багатий теоретичний і емпіричний матеріал, пов'язаний з дослідженням психологічних закономірностей поведінки і взаємодії людей саме у сфері виробництва (психологічні дослідження трудової і професійної діяльності).

З іншого боку, вивчення споживацької поведінки у вітчизняній науці традиційно здійснювалося в рамках відносно незалежно сформованих наукових напрямів: психології торгівлі, психології реклами. Інтеграція цих напрямів — неминучий етап становлення економічної психології.

Перші згадки про економічну психологію як про прикладну гілку психологічної науки прозвучали в роботах радянських учених **А.І. Кітова**, **С. В. Малахова**, **А. В. Філіпова**, опублікованих у 80 - 90-і роки. У той час економічна психологія розглядалася як наука про психологічні умови ефективного господарювання, а її тематика пов'язувалася з людським чинником у виробництві і проблемами управління. Йшлося про те, що керівнику необхідні знання з психології, щоб повніше використовувати всі резерви людського чинника, звертаючись до найглибшого людського його начала. Це примусило економічну психологію якийсь час розвиватися практично одночасно з психологією, психологією управління, інженерною психологією і ергономікою [52].

Проте вже тоді були роботи, автори яких розуміли неминучість самостійного шляху. Такий шлях розглядався в руслі марксистської ідеології як виявлення психологічних аспектів відносин власності. Економіка і психологія — дві галузі знань, що вивчають один і той же загальний об'єкт — людину. Економічна наука досліджувала відносини людей у суспільному виробництві, відносини «з приводу



речей» і приділяла не достатньо уваги впливові особистісних суб'єктивних чинників на економічні відносини. Психологічна наука, у свою чергу, цілком займалася людиною, суб'єктивними сторонами відносин людей незалежно від конкретного економічного контексту цих відносин. Поєднання їхніх зусиль дає можливість повніше відобразити економічне життя суспільства.

Економічна людина, навіть будучи найманим робітником, так само, як і роботодавець, і суспільство в цілому, вкрай зацікавлені в тому, щоб робота приносила людині задоволення, а інтерес до неї не зникав, оскільки інтерес — це могутня рушійна сила.

Ще не скоро доживе людство до того, загалом, нормального стану, коли робота стане джерелом насолоди і творчості. Наблизити цей час здатна економічна психологія, за умови, що вона буде узята на озброєння керівниками всіх рівнів, бо перш за все від них найбільшою мірою залежить застосування на практиці досягнень економічних психологів.

З позицій економічної психології можна зазначити наступне:

- 1) Важливо, щоб мотиви діяльності давали можливість отримувати задоволення від роботи.
- 2) Необхідно створювати можливості для реалізації виконавчих мотивів.
- 3) Важливо, щоб задовольнялися потреби як у ділових (формальних), так і неформальних контактах (у неробочий час).

Висновки

1. Витоки економічної психології перш за все можна знайти в працях знаменитих економістів: Адама Сміта, визнаного засновником самостійної науки економіки, Альфреда Маршалла — творця мікроекономічної теорії, Джона Кейнса — автора теорії макроекономіки. У працях цих авторів оформилася теорія раціональної «економічної людини», мета діяльності якої полягає в отриманні вигоди, доходу. Визначальною рисою концепції є економічний егоїзм, тобто прагнення суб'єкта до максимізації власної вигоди.

2. Як самостійна галузь психологічного знання економічна психологія почала формуватися на початку 20 століття. Розвиток виробничої гілки економічної психології пов'язують з ім'ям Г. Мюстенберга, а маркетингова гілка, що одержала переважний розвиток в західній психології, була закладена Г. Тардом. Одним з найяскравіших представників маркетингової гілки економічної психології став американський психолог Дж. Катона.

3. Становлення вітчизняної економічної психології припадає на кінець 70-х - 80-і роки. Ініціатива створення цієї дисципліни і обґрунтування необхідності врахування психологічних чинників в економіці виходили від провідних економістів і соціологів, зокрема від А.І. Абалкіна, П. Г. Буніча, А. Г. Аганбегяна, Т.І. Заславської, В. В. Кулікова, Г. Х. Попова, А.І. Кітова.

4. Сучасний менеджмент все більше носить яскраво виражений міждисциплінарний характер, в основі якого у якості наукового базису лежить економічна психологія, як сума результатів, яку можна об'єктивно перевірити і підтвердити.

Таким чином, історія становлення і розвитку економічної психології — це історія людей, які планують, організовують, підбирають кадри, керують і контролюють свою економічну поведінку, формують економічну свідомість соціуму, впливають на національний менталітет і принципи зовнішньої і внутрішньої державної політики.

Контрольні запитання

1. *З чим пов'язане виникнення економічної психології?*
2. *Охарактеризуйте історичний шлях розвитку економічної психології менеджменту.*
3. *Скільки виділяють етапів розвитку економічної психології?*
4. *Коли виникла теорія «економічної людини»?*
5. *У чому суть моделі «економічної людини»?*
6. *Хто в США вважається батьком економічної психології?*

7. *Як і коли відбувалося становлення вітчизняної економічної психології?*
8. *Хто з російських учених вніс найзначніший внесок в зародження і становлення економічної психології?*
9. *У чому полягають завдання економічної психології 21 століття?*

1.4 Психологічний аспект економічної безпеки держави, регіону, окремого

Λ

підприємства і особистості

»

Головною рушійною силою суспільства, основою цивілізованих ринкових відносин виступає його інтелектуальний, науково-технічний потенціал. Він характеризується наявністю розвинених фундаментальних і прикладних наук, високотехнологічною виробничою базою, постійним оновленням кадрів, а в умовах реформування — можливістю гнучкого і адекватного реагування на перерви, які трапляються, збереженням передових напрямів досліджень і своєчасним впровадженням досягнень НТП. Особлива роль у цьому належить нововведенням, які, з одного боку, вбирають наукові відкриття, а з іншого — сприяють участі у проведенні наукових досліджень і, зрештою, визначають рівень стійкого науково-технічного розвитку.

Проблеми підвищення як економічної, так і науково-технічної безпеки, сприяння і розвитку НТП і нововведень особливо важливі в період реформування економіки, в період, коли людство вступає в новий етап технологічної революції.

У цих умовах особливого значення набувають можливості окремого регіону формувати безпеку держави, залишаючись при цьому стійкою і прогресуючою територією, здатною ефективно нейтралізувати або запобігати появі економічних загроз.

Постулатом при проведенні діагностики загроз економічній безпеці може служити твердження про те, що національна безпека держави, разом із зовнішньоекономічними чинниками, залежить від стану національної економіки і раціонального поєднання інтересів країни і регіонів.

Таким чином, **економічна безпека держави** — це комплекс геополітичних, правових, економічних та інших умов, які забезпечують:

- передумови для її виживання в кризових умовах;
- захист життєво важливих інтересів країни в питаннях її ресурсного потенціалу, збалансованості і динаміці зростання і розвитку;
- створення внутрішнього імунітету і зовнішньої захищеності від дестабілізуючих впливів;
- конкурентоспроможність країни на світових ринках і надійність фінансового становища;
- забезпечення гідних умов життя і стійкого розвитку особистості.

Забезпечення економічної безпеки входить до складу найважливіших функцій держави, залишаючись в цілому складовою частиною національної безпеки країни.

Національна безпека держави — це стан захищеності життєво важливих інтересів особистості, суспільства і держави від внутрішніх і зовнішніх загроз. До життєво важливих інтересів відноситься сукупність потреб, задоволення яких надійно забезпечує існування і можливості прогресивного розвитку особистості, суспільства і держави — основних об'єктів безпеки.

Поняття національної безпеки країни включає оборонну, інформаційну, екологічну, енергетичну безпеку. Інформаційна безпека трактується як захищеність життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави у сфері інформаційних відносин при збереженні балансу інтересів між ними.

Економічна безпека держави, у зв'язку з низкою загальних умов і специфічних чинників, формує системні уявлення про сучасне життя суспільства і держави. Сукупність цих **чинників** можна звести до наступних:

- *по-перше*, це відмінності в національних інтересах, прагнення до повнішого виділення їх спільних інтересів, незважаючи на розвиток інтеграційних процесів. Специфіка їх дотримання вимагає визначення механізмів їх реалізації і розробки відповідної стратегії;
- *по-друге*, обмеженість природних ресурсів, різний ступінь забезпеченості ними регіонів містять потенційну можливість для загострення економічної і політичної боротьби;



- *по-третє*, зростає значення чинника конкуренції у виробництві і збуті товарів, особливо у сфері фінансово-банківських послуг.

У загальному плані сутність **економічної безпеки держави** визначається як стан економіки і інститутів влади, при якому забезпечується гарантований захист національних інтересів, соціальної спрямованості політики, достатній оборонний потенціал, навіть за несприятливих умов розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів.

Економічна безпека держави також визначається як здатність національної економіки забезпечувати добробут нації і стабільність внутрішнього ринку незалежно від впливу зовнішніх чинників і внутрішніх причин.

Економічна безпека країни визначається так само, як створювані державою умови, які гарантують, що господарству країни не буде завдано непоправних збитків від дій внутрішніх і зовнішніх економічних загроз.

Національна безпека держави — це система державних і суспільних гарантій, що забезпечують стійкий розвиток країни, захист базових цінностей і інтересів, джерел духовного і матеріального благополуччя від внутрішніх і зовнішніх загроз [22].

Економічна безпека держави також трактується як стан національної економіки, що забезпечує задоволення життєво важливих потреб країни в матеріальних благах незалежно від виникнення у світовій економічній системі або всередині країни форс-мажорних обставин соціально-політичного, економічного або екологічного характеру [30].

Форс-мажорні обставини можуть бути результатом загострення міждержавних відносин, виникнення військових конфліктів, дестабілізації внутрішньополітичної ситуації, посилення соціальної напруженості, різкої зміни демографічної ситуації в країні, виснаження ресурсів життєзабезпечення, появи стихійних лих і екологічних катастроф у країні і за кордоном.

Надзвичайні ситуації в економічній сфері можуть бути викликані і чисто економічними або політичними чинниками, наприклад, рішеннями органів державного управління. Своєрідність ситуації полягає у тому, що відносно незначний вплив здатен зініціювати ланцюг глибоких змін в економічній системі, причому досить часто з непередбачуваними наслідками. Це обумовлює необхідність експертизи ухвалюваних рішень на предмет їх економічної безпеки.

Також економічна безпека країни ототожнюється з таким станом національної економіки, за якого ступінь залежності країни від домінуючої економічної групи країн не перевищує межі, що загрожує втратою національного суверенітету, істотним ослабленням економічної потужності, значним зниженням рівня життя нації або зривом досягнення глобальних стратегічних цілей країни.

Економічна безпека держави також визначається як стан економіки й інститутів влади, за яких забезпечуються гарантований захист національних інтересів, соціальна спрямованість політики, достатній оборонний потенціал навіть за несприятливих умов розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів.

Іншими словами, **економічна безпека держави** — це не лише захищеність національних інтересів, але й готовність, і здатність інститутів влади створювати механізми реалізації і захисту національних інтересів, розвитку вітчизняної економіки, підтримки соціально-політичної стабільності суспільства. При цьому треба зазначити, що сутність економічної безпеки реалізується в системі критеріїв і показників.

Під **критерієм економічної безпеки** розуміють оцінку стану економіки з погляду найважливіших процесів, що відображають сутність економічної безпеки. До такої критерійну оцінку включені показники:

- ресурсного потенціалу і можливостей його розвитку;
- рівня ефективності використання ресурсів і його відповідності рівневі в розвинених країнах, а також рівневі, за якого загрози зовнішнього і внутрішнього характеру зводяться до мінімуму;



- конкурентоспроможності економіки;
- цілісності території та економічного простору;
- суверенітету, незалежності і можливості протидії зовнішнім загрозам;
- соціальної стабільності і умов запобігання і вирішення соціальних конфліктів.

Тобто пропонується узагальнена система показників — індикаторів економічної безпеки: рівень і якість життя, темпи інфляції, норма безробіття, економічне зростання, дефіцит бюджету, державний борг, стан золотовалютних резервів. Порогові значення індикаторів розглядаються як граничні величини, недотримання яких перешкоджає нормальному ходові розвитку різних елементів відтворення і призводить до формування негативних руйнівних тенденцій в області економічної безпеки.

Існує **система показників економічної безпеки держави**. Прикладом таких показників можуть бути: обсяг ВВП, обсяги інвестицій до ВВП в %; абсолютна величина частки населення, яка має доходи, нижчі за прожитковий мінімум; середня тривалість життя населення; рівень злочинності; рівень безробіття. Шляхом співвідношення порогових і фактичних їх значень виявляються напрями розвитку економічної безпеки держави в цілому. Порогові значення беруться в середньому від показників по країнах «великої сімки».

Проведений аналіз дає змогу встановити, що всі визначення поняття «безпека» в прямому або непрямому вигляді включають наступні основні положення:

- наявність загроз, що підрозділяються на зовнішні і внутрішні;
- наявність життєво важливих інтересів об'єктів захисту;
- баланс інтересів між ними.

Первинним в запропонованих визначеннях є саме **наявність загроз**. Вторинний аспект — **наявність життєво важливих інтересів**, тобто тих інтересів, реалізація яких визначає саме існування об'єктів захисту і без яких об'єкти перестають існувати як єдине ціле.



Наприклад, для держави — це суверенітет і цілісність кордонів, економічне зростання; для підприємства — ефективна поточна діяльність і стійкі тенденції розвитку. Що стосується **балансу інтересів**, то ця категорія хоча і вторинна, але також украй важлива, бо без дотримання такого балансу виникає загроза «випирання» інтересів одного з об'єктів захисту за рахунок інших.

Загроза безпеці визначається як сукупність умов і чинників, що створюють небезпеку для життєво важливих інтересів. Загрози, що походять із внутрішніх і зовнішніх джерел, визначають зміст діяльності із забезпечення внутрішньої і зовнішньої безпеки. Якщо враховувати, що зовнішні і внутрішні загрози підрозділяються на реальні і потенційні, то діяльність із забезпечення безпеки зводиться до прогнозування загроз, визначення і реалізації найефективніших заходів з їх локалізації. В основі планування, організації і реалізації заходів забезпечення безпеки в різних сферах лежать аналіз і оцінка характеру реальних і потенційних внутрішніх і зовнішніх загроз, кризових ситуацій, а також інших несприятливих чинників, що перешкоджають досягненню поставлених цілей і становлять небезпеку для життєво важливих інтересів.

Цілі і завдання забезпечення економічної безпеки держави можуть виглядати так:

- 1) Виявлення і аналіз негативних економічних впливів.
- 2) Розробка нормативно-правової бази забезпечення економічної безпеки.
- 3) Створення сприятливої думки і клімату в суспільстві, що сприяє проведенню економічних реформ. Головна роль при цьому повинна бути відведена продуманій стратегії економічної безпеки держави.

Економічна безпека регіону

Зокрема, для регіону суть економічної безпеки полягає в можливості дієвого контролю з боку регіональних органів управління за



ефективністю використання природних, трудових, матеріальних, фінансових ресурсів, досягнення економічного зростання, підвищення якості продукції, робіт, послуг, конкурентоспроможності виробництва.

Основними *аспектами прояву економічної безпеки регіону* є:

- наявність умов підприємницької активності;
- стримування диспропорцій у розподілі доходів;
- стимулювання інвестиційних вкладень;
- сприяння інноваційній діяльності;
- підвищення професійного, освітнього і культурного рівнів працівників.

Цільова спрямованість економічної безпеки регіону може бути представлена так:

- сприяння економічній незалежності країни;
- стійкість функціонування народного господарства;
- розширення рамок саморозвитку регіону;
- розширення виробництва і сфер масового впровадження нововведень.

Економічна безпека регіону — це система заходів із відгородження економічного простору регіону від зовнішніх і внутрішніх загроз, що перешкоджають ефективному функціонуванню складових регіональної економіки:

- інституційної інфраструктури (органів адміністративно-територіального управління і фінансово-кредитних інститутів);
- власне сфери виробництва; об'єктів транспорту і зв'язку;
- науки і наукових установ; систем життєзабезпечення; соціальної сфери.

Об'єктом економічної безпеки регіону є регіональна економіка як система взаємодії виробничої, соціальної і природно-екологічної сфери [1, 5, 13].

Суб'єктами економічної безпеки регіону, з погляду економічної психології, є органи державної влади, специфіка яких полягає в реалізації двох суперечливих начал: регіональна влада реалізує на своїй території не лише загальнодержавні, але і власні інтереси.



Повноваження органів управління в період критичної ситуації повинні бути продовженням їх функціональних обов'язків. Стратегічне управління процесами територіального розвитку в умовах перехідного періоду викликає об'єктивну необхідність регіонів мати власну концепцію національної безпеки.

Іншими словами, економічна безпека регіону — це сукупність поточного стану умов і чинників, які характеризують стабільність, стійкість розвитку економічної території, певну незалежність і інтеграцію з економікою країни, яка виражається в таких проявах:

- можливості провадити власну економічну політику в рамках країни;
- можливості безобов'язково реагувати на різкі геополітичні зміни в країні;
- можливості здійснювати або хоча б розпочати здійснення суттєвих економічних заходів (не чекаючи допомоги з центру) під час соціально-вибухонебезпечних ситуацій на територіях, пов'язаних з локальними «економічними» хворобами;
- можливості стабільно підтримувати відповідність існуючих (діючих) на території економічних нормативів із світовою практикою, що дозволило б зберегти або відновити гідний рівень життя населення.

У внутрішній структурі економічної безпеки регіону можна виділити три найважливіших блоки:

1. **Економічна незалежність**, яка означає можливість контролю регіональної влади над регіональними ресурсами (в рамках повноважень), а також досягнення такого рівня виробництва, ефективності і якості продукції, який дозволить забезпечити її конкурентоспроможність і дасть можливість на рівних брати участь у міжнародній, міжрегіональній торгівлі, обміні науково-технічними досягненнями.
2. **Стабільність і стійкість регіональної економіки**, що обумовлює захист усіх форм власності, створення надійних умов, гарантій для підприємницької діяльності, стримування чинників, здатних дестабілізувати ситуацію (боротьба з кримінальними структурами в економіці, недопущення серйозних розривів у розподілі доходів, які можуть стати причиною виникнення соціальних потрясінь).

3. **Здатність до саморозвитку і прогресу**, тобто створення сприятливого клімату для інвестицій і інновацій, постійна модернізація виробництва, підвищення професійного, освітнього і культурного рівня працівників.

У комплексі заходів, які формують систему економічної безпеки регіону, найбільше значення має система запобігання загрозам, що зароджуються.

З позицій економічної безпеки важливо оцінювати і прогнозувати вплив усіх очікуваних загроз, а також економічних і неекономічних впливів на їх хід.

Структура загроз для економічної безпеки регіону може бути представлена за допомогою схеми (дивися рис. 1).

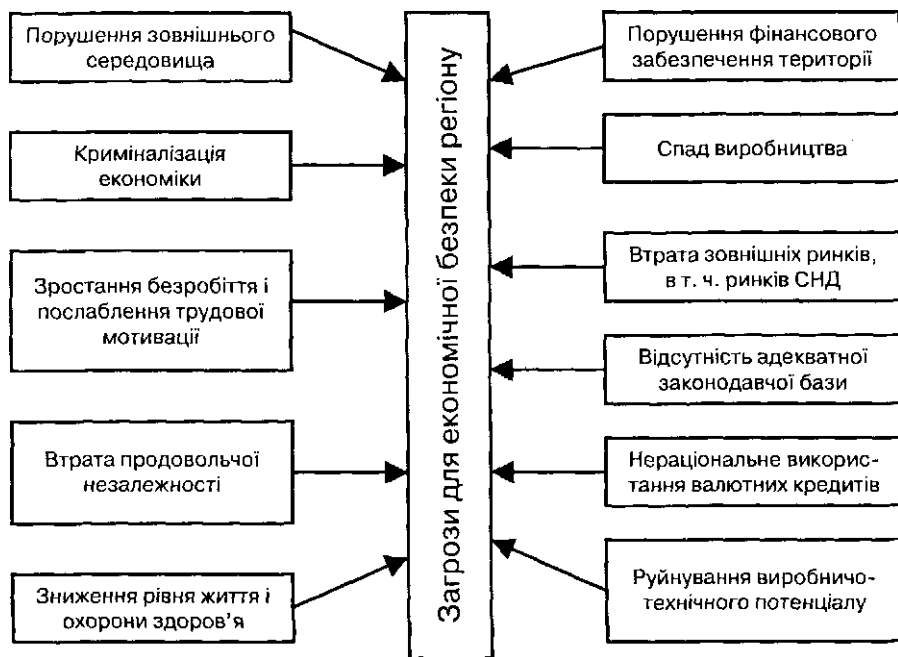


Рис. 1 Класифікація загроз для економічної безпеки регіону



Причинами виникнення і розвитку кризових ситуацій в регіонах, викликаних загрозами економічній безпеці регіону, виступають різноманітні чинники дестабілізації:

1. **Спад виробництва і втрата внутрішнього ринку.** Повсюдне недозавантаження виробничих потужностей, закриття деяких виробництв і, як наслідок, руйнування технологічного потенціалу приводить до згортання прогресивної перебудови на власній економічній базі.
2. **Руйнування виробничо-технічного потенціалу і деіндустріалізація економіки.** Згортання НІДКР, розпад наукових колективів, скорочення замовлень на високотехнологічну продукцію, перехід висококваліфікованих фахівців в інші галузі знань і, як наслідок, розвиток сировинних і скорочення кінцевих галузей призводять до деградації науково-технічного персоналу і зниження конкурентоспроможності території. Наслідки дії даної загрози на території, з одного боку, носять довготривалих характер, а з іншого, з погляду певної територіальної специфіки, можуть навіть призвести до втрати окремих «ланок» наукового потенціалу і деінтелектуалізації суспільства.
3. **Втрата продовольчої незалежності.** Загострення цінових диспропорцій між промисловістю і сільським господарством, повне відкриття внутрішнього ринку для імпортних продуктів за відмови від розумного протекціонізму стосовно вітчизняного виробника призводить до поступової невпевненості у стабільному забезпеченні населення продуктами, залежності від поставок з інших регіонів, руйнуванню сільськогосподарського комплексу.
4. **Зростання безробіття і ослаблення трудової мотивації.** Збільшення навантаження на працюючих людей (підтримка соціальних утриманців), зниження життєвого рівня населення, різька диференціація в доходах, руйнування споживацького ринку викликає зростання соціальних конфліктів і негативне ставлення до економічних перетворень.

5. **Криміналізація економіки.** Зростання економічних злочинів і рекет викликають недовіру людей до можливості забезпечення правової захищеності.
6. **Безповоротне погіршення стану природного середовища.** Збільшення техногенних навантажень і порушення рівноваги природних комплексів призводить до зростання кількості захворювань і вимушеної міграції населення в інші, сприятливіші регіони.
7. **Порушення фінансового забезпечення території.** Воно відбивається в першу чергу на галузях соціальної сфери, збільшує дотації до місцевих бюджетів і призводить до загальної нестабільності як регіональної економіки, так і господарського комплексу країни.
8. **Втрата зовнішнього ринку.** Збільшення експорту сировини замість наукомісткої і високотехнологічної продукції скорочує валютні надходження і можливість оновлення парку машин і устаткування, формує негативне сальдо зовнішньоторговельного балансу. Нераціональне використання валютних кредитів за відсутності суворої нормативної бази роблять операції на нашому внутрішньому ринку непривабливими для іноземних інвесторів.

Сутність економічної безпеки території реалізується за допомогою системи показників, які дають можливість кількісно оцінити і сигналізувати про можливу небезпеку, здійснити комплекс програмно-цільових заходів, що дозволяють стабілізувати ситуацію.

Для економічної безпеки території принциповими є порогові значення показників, тобто граничні значення, перевищення яких викликає появу руйнуючих, нерегламентованих процесів на території. Такими показниками можуть бути, наприклад, середній дохід на душу населення, середньомісячна заробітна платня, ступінь зношеності основних фондів. Наприклад, у 1998 році порогові значення цих коефіцієнтів для України становили 70,92 грн., 153 грн. і 30 % відповідно.

Економічна безпека окремого підприємства

У ринкових умовах господарювання дуже важливого значення набуває економічна безпека всіх суб'єктів підприємницької діяльності.

Під терміном безпека підприємства розуміється захищеність його життєво важливих функцій від загроз зовнішнього і внутрішнього характеру за наявності балансу між цими функціями і інтересами особистості, суспільства і держави.

Економічна безпека підприємства — це здатність організації або структури захиститися від фінансових втрат, втрати довіри клієнтів [42].

Економічна безпека підприємства — це такий стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації, технології) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найефективніше їх використання для стабільного функціонування і динамічного науково-технічного і соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним діям.

Необхідність постійної підтримки економічної безпеки обумовлена об'єктивно існуючим для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування і досягнення основних цілей своєї діяльності. Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво і наскільки фахівці в змозі уникнути можливих загроз і ліквідувати негативні наслідки певних складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Джерелами негативних дій, направлених на економічну безпеку підприємства, можуть бути:

1. **Свідомі або неусвідомлені дії окремих посадовців і суб'єктів господарювання** (органів державної влади, міжнародних організацій, підприємств конкурентів);
2. **Збіг об'єктивних обставин** (стан фінансової кон'юнктури даного підприємства, наукові відкриття і технологічні розробки, форс-мажорні обставини). Залежно від суб'єктивної обумовленості негативні впливи на економічну безпеку можуть мати об'єктивний і

суб'єктивний характер. **Об'єктивними** будуть такі негативні **впливи**, які виникають не з волі конкретного підприємства або його працівників. **Суб'єктивні впливи** виникають унаслідок не-ефективної роботи підприємства в цілому або окремих його працівників (перш за все керівників і функціональних менеджерів).

Необхідно відзначити, що на рівні підприємства значною мірою виявляється залежність від суб'єктивних чинників, оскільки концепцію достатньої безпеки конкретного підприємства визначає його керівництво, виходячи зі свого уявлення про проблему безпеки, наявності необхідних для її забезпечення ресурсів, стратегічних цілей діяльності. Саме тому оцінка загроз обов'язкова для всіх видів господарської або іншої діяльності при плануванні і ухваленні рішень на всіх рівнях в межах повноважень, закріплених законодавством.

Головна *мета економічної безпеки підприємства* полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне і максимально ефективне функціонування зараз і високий потенціал в майбутньому.

До *основних функціональних цілей економічної безпеки* підприємства відносять:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості і незалежності підприємства;
- забезпечення технологічної незалежності і досягнення високої конкурентоспроможності і технічного потенціалу того чи іншого суб'єкта господарювання;
- досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної і ефективної організаційної структури управління підприємством;
- мінімізація руйнівної дії результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;
- якісна правова захищеність всіх аспектів діяльності підприємства;
- забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів і відділів організації;
- ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу і майна, а також комерційних інтересів.



Загрозу безпеці підприємства можна трактувати як будь-який конфлікт цілей функціонування і розвитку підприємства із зовнішнім або внутрішнім середовищем, а якщо цілі збігаються — як розбіжності у шляхах їх досягнення. Іншими словами, загроза для безпеки підприємства — це сукупність умов і чинників, що створюють небезпеку для його життєво важливих інтересів.

У загальному вигляді загрози для економічної безпеки підприємства можна класифікувати таким чином:

- **внутрішні негативні дії** (неефективне фінансове планування й управління активами, малоефективна ринкова стратегія, помилкова цінова і кадрова політика);
- **зовнішні негативні дії** (спекулятивні операції на ринку цінних паперів, цінова та інші форми конкуренції, лобіювання конкурентами недостатньо продуманих рішень органів державної влади);
- **форс-мажорні обставини** (стихійні лиха, страйки, військові конфлікти) і обставини, наближені до форс-мажорних (несприятливі законодавчі акти, ембарго, блокада, зміна курсу валют).

Система забезпечення безпеки підприємства — це комплекс ефективних заходів (управлінських рішень) з локалізації реальних і потенційних внутрішніх і зовнішніх загроз. Цей комплекс заходів повинен бути обґрунтований оцінкою характеру загроз, аналізом кризових ситуацій, інших несприятливих чинників, що перешкоджають досягненню цілей підприємства і становлять небезпеку для його життєво важливих інтересів [42].

Загальна схема **організації економічної безпеки** включає такі дії, які проводяться послідовно або одночасно:

1. Формування необхідних корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, прав, інформації, технологій).
2. Загальностратегічне прогнозування і планування економічної безпеки за функціональними ознаками.
3. Стратегічне планування фінансово-господарської діяльності підприємства (організації).

4. Тактичне планування економічної безпеки за функціональними складовими:
 - **фінансовою** (досягнення найефективнішого використання корпоративних ресурсів);
 - **інтелектуальною і кадровою** (збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства, ефективне управління персоналом);
 - **техніко-технологічною** (ступінь відповідності застосовуваних на підприємстві технологій сучасним світовим аналогам);
 - **політико-правовою** (всебічне забезпечення діяльності підприємства, дотримання чинного законодавства);
 - **інформаційною** (ефективне інформаційне забезпечення господарської діяльності);
 - **екологічною** (дотримання екологічних норм, мінімізація втрат від забруднення навколишнього середовища);
 - **силовою** (забезпечення фізичної безпеки працівників фірми і збереження майна).
5. Тактичне планування фінансово-господарської діяльності підприємства.
6. Оперативне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства.
7. Здійснення функціонального аналізу рівня економічної безпеки.
8. Загальна оцінка досягнутого рівня економічної безпеки.

Основні види дій з метою організації силових складових економічної безпеки наведені в таблиці 3.

Обґрунтовуючи витрати на забезпечення економічної безпеки необхідно враховувати недетермінований характер загроз. Система реальних і потенційних загроз економічній безпеці статична. Загрози можуть з'являтися і зникати, наростати і зменшуватися.

Оцінка ефективності діяльності відповідних структурних підрозділів підприємства з використанням даних про витрати щодо запобігання негативним впливам на економічну безпеку і розміри заподіяної шкоди і шкоди, якої вдалося уникнути, дає об'єктивну, підкріплену економічними показниками, панораму результативності діяльності всіх структурних підрозділів з цього питання.

Таблиця 3

**Основні види діяльності служб підприємства
з метою організації силової складової його безпеки**

Вид діяльності	Напрямок діяльності	Підрозділ фірми
Забезпечення фізичної і моральної безпеки співробітників	Охорона співробітників, збір інформації і превентивні дії з метою запобігання загрозам для їх безпеки	Служба безпеки, інформаційно-аналітичний відділ
Безпека інформаційного середовища фірми	Захист від промислового шпигунства, збір інформації про зовнішнє середовище бізнесу	Служба безпеки, інформаційно-аналітичний відділ
Гарантування безпеки майна і капіталів підприємства	Охорона майна (будівель, споруд, транспорту); охорона перевезень; страхування майна і ризиків; забезпечення безпеки інвестування	Служба безпеки, фінансова служба
Забезпечення сприятливого зовнішнього середовища фірми	Превентивні дії для запобігання загрозам, робота з громадськістю і пресою, політика лобіювання	Вище керівництво фірми, служба із зв'язків з громадськістю, служба безпеки

Конкретна оцінка ефективності роботи структурних підрозділів того або іншого суб'єкта господарювання із забезпечення економічної безпеки здійснюється з використанням таких показників:

- витрати на здійснення заходу;
- розмір збитків, яких вдалося уникнути;
- розмір завданих збитків;
- ефективність здійсненого заходу (як різниця між розміром збитків, яких вдалося уникнути, і розміром заподіяних збитків, поділена на витрати на здійснення заходу).



Економічна безпека суб'єкта

Термін «безпека» почав вживатися з 1190 року і означав спокійний стан духу людини, яка вважала себе захищеною від будь-якої небезпеки. Однак у цьому значенні він не прижився в лексиці народів Західної Європи і вживався до 17 століття рідко.

Порівняно непоширене вживання протягом майже шести століть терміну «безпека» пояснюється, зокрема, тим, що з середини 12 століття більш широке розповсюдження отримав інший феномен — поліція. Зміст його був надзвичайно широким: він трактувався як державний устрій, державне управління, мета якого — всезагальне благо та безпека.

У 17 - 18 столітті практично в усіх країнах стверджується точка зору, що держава має за головну мету всезагальний добробут та безпеку. Тому термін «безпека» отримує в цей час нове трактування: стан, ситуація спокою, яка з'являється в результаті відсутності реальної небезпеки, а також матеріальні, економічні, політичні умови, відповідні органи та організації, що сприяють утворенню такої ситуації [55].

Лінгвістичний аналіз показав, що у суспільній свідомості поняття «безпека» пов'язується не стільки з відсутністю загрози, скільки зі станами, відчуттями і переживаннями людини. Наприклад, у словнику С. І. Ожегова (1992) безпека визначається як «становище, при якому небезпека не загрожує кому-небудь або чому-небудь». Остання існує завжди або майже завжди і в певних межах може мати позитивне значення, стаючи однією зі складових необхідної активності людини. Небезпеки, стреси, проблеми, конфлікти не тільки неминучі, але й до певної міри корисні, оскільки виконують ще і мобілізуючу роль у діяльності, спілкуванні і поведінці людей [59].

Під **небезпекою** ми розуміємо можливість завдання збитків людям у формі втрати або погіршення притаманних їм якостей або в результаті погіршення умов життєдіяльності. При цьому носіями небезпеки будуть всі явища, відносини і об'єкти, що перешкоджають



задоволенню основних біологічних, соціальних і духовних потреб людини. Безпека є системою, що включає людину (потенційну жертву), загрозу для неї (носія актуалізованої небезпеки) і навколишнє середовище (природне, технічне і соціальне).

Економічна безпека суб'єкта — це такий стан його економічної свідомості, в якому суб'єкт сприймає існуючу якість життя як адекватну і надійну, оскільки вона створює реальні можливості для задоволення його економічних потреб тепер і дає підставу для упевненості в майбутньому.

Якість життя — це більше, ніж матеріальне благополуччя, ніж зростання економіки. Вони важливі, але вони не усувають порушення людської гідності. Якраз там, де матеріальні жадання задоволені, постає питання про справедливість. Що означає достаток, якщо найближчими роками людям доведеться задихнутися від диму і сміття? Як задовольнити потребу людини в самостійному ухваленні рішень, а не залишати її жертвою рішень, що приймаються іншими? [35]

Інтереси особистості полягають у реалізації конституційних прав і свобод, у забезпеченні особистої безпеки, підвищенні якості і рівня життя, у фізичному, духовному і інтелектуальному розвитку суб'єкта.

Процеси, що відбуваються в сучасний період, в умовах кардинальних змін у соціальному, духовному, політичному і економічному житті, істотно впливають на стан економічної безпеки суб'єкта.

До **чинників**, які здійснюють безпосередній вплив на економічну безпеку окремих громадян, можна віднести:

Політичні чинники:

- руйнування командно-адміністративної системи;
- розширення міжнародної співпраці;
- зміну геополітичної обстановки.

Соціально-економічні чинники:

- зниження життєвого рівня населення;
- зростання безробіття;
- майнова поляризація в суспільстві;



- ескалація алкоголізму, наркоманії, проституції;
- зростання депопуляції населення.

Духовні чинники:

- виникнення нових засобів дії на свідомість;
- ослаблення найважливіших соціокультурних інститутів держави — науки, освіти, культури.

Джерелами негативних впливів, спрямованих на економічну безпеку особистості можуть бути свідомі або несвідомі дії окремих посадових осіб, суб'єктів господарювання та форс-мажорні обставини.

Джерелом загроз економічної безпеки виступають *дії тих людей, які переслідуючи власні цілі*, досягають їх, використовуючи різні засоби впливу на інших без врахування їх потреб та інтересів, або навіть просто вводячи в оману, діючи в супереч з їх інтересами та наносячи їм збиток. Це діяльність різних осіб — від політичних лідерів, державних, суспільних діячів, представників засобів масової комунікації, підприємців до партнерів по міжособистісній взаємодії.

Сама соціально-політична та економічна ситуація кардинальних суспільних змін та переходу до ринкових відносин, сприяє та підсилює цю тенденцію.

Продавець намагається продати товар покупцю, і їх інтереси далеко не завжди співпадають, якщо взагалі не розходяться, маючи лише одну лінію перетину — факт продажу конкретного товару. При цьому продавець активно використовує різні прийоми, для того щоб приховати недоліки та підкреслити переваги, дійсні, або навіть уявні, у рекламованого товару. Він приховує необхідну клієнту інформацію, частину її змінює, тим самим перешкоджаючи отриманню адекватних відомостей про товар.

Роботодавець теж використовує психологічні впливи, наприклад, щоб дешевше оплатити працю робітника, тим самим створюючи економічну небезпеку для особистості.

Учасники ділових переговорів, використовуючи різні способи маніпулювання економічною інформацією, реалізують технологію



рефлексивного управління, для того щоб досягти своїх цілей та більш вигідних умов для своєї сторони, як правило, за рахунок притиснення економічних інтересів іншої сторони.

Доступ до широкомасштабного використання інформаційних технологій та засобів масової комунікації в декілька разів підсилює можливості психологічного впливу на людей за допомогою зміни інформаційного середовища суспільства. В найбільшій мірі це характерно для **різноманітних фінансово-економічних та комерційних структур**. Їх діяльність створює економічну небезпеку для осіб, коли для досягнення своїх цілей вони починають використовувати різні засоби інформаційно-психологічного впливу, змінюючи за допомогою цього економічну поведінку людей таким чином, що завдається шкода їх інтересам. У якості ілюстрації до цього можна навести приклади недоброякісної реклами (історія з АТ «МММ»),

В якості ще одного джерела загроз економічній безпеці особистості, при певних умовах можна виділити **саму державу**, органи державної влади та управління. Це пов'язано з діями державних **лідерів, правлячої еліти**. Від рішення конкретних людей з їх особистісними характеристиками, індивідуально-психологічними особливостями, власним життєвим та професійним досвідом залежить доля та благополуччя багатьох інших людей, важливі соціальні, економічні та політичні зміни у суспільстві. Небезпека виникає тоді, коли вони, реалізуючі власні інтереси, а іноді просто амбіції, використовують міць державного апарату для здійснення впливу на людей, маскуючи свої дії та справжні цілі, які не співпадають з інтересами держави, суспільства та населення країни.

В узагальненому вигляді джерела негативних економічних впливів показані у таблиці 4.

Об'єктом економічної безпеки особистості є економічне становище людини.

Суб'єктом економічної безпеки особистості виступає сама людина, яка прагне реалізувати власні економічні інтереси.



Таблиця 4

Джерела негативних економічних впливів

Джерела	Засоби
Держава (вищий законодавчий орган, КМУ)	Законодавчі акти, постанови, укази
Місцеві органи державної виконавчої влади та органи місцевого самоврядування	Рішення, розпорядження, накази
Комерційні організації	Недоброякісна реклама
Окремі суб'єкти (наприклад, державні лідери)	Особистісний вплив, лобювання окремих рішень
Форс-мажорні обставини	Стихійні лиха, страйки

Для економічної безпеки принциповими є порогові значення показників, тобто граничні значення, перевищення яких викликає появу руйнівних, неконтрольованих процесів. Таким показниками наприклад можуть бути: середній дохід людини, середньомісячна заробітна плата.

Рівень економічної безпеки особистості залежить від того, наскільки ефективно вона у змозі уникнути можливих загроз та ліквідувати негативні наслідки деяких складових зовнішнього середовища.

Головною **метою економічної безпеки** є стабільне економічне становище зараз та високий потенціал у майбутньому.

З позицій економічної безпеки дуже важливо оцінювати та прогнозувати вплив всіх очікуваних загроз.

Загроза економічній безпеці особистості — це сукупність умов та факторів, які створюють небезпеку для її життєво важливих інтересів.

Загроза економічній безпеці особистості — це існування можливості нанести окремій людині економічну шкоду, змінити поведінку супротив її бажання.

В загальному вигляді загрози економічній безпеці особистості можна класифікувати таким чином:

- **внутрішні загрози** — це власні негативні дії (неефективне фінансове планування та використання власних коштів). Джерелом небезпеки можуть бути індивідуально-психологічні особливості особистості, які впливають на адекватність прийняття нею важливих рішень. Внутрішні джерела загроз економічній безпеці особистості закладені в самій біосоціальній природі психіки людини, в особливостях її формування та функціонування, в індивідуально-особистісних характеристиках індивіда. В силу цих особливостей люди відрізняються ступенем сприйняття різних впливів, можливостями аналізу та оцінки економічної інформації, що надходить.
- **зовнішні загрози** — зовнішні негативні дії (негативні тенденції в економіці: рішення державних органів влади, спекулятивні операції, непродумані реформи);
- **форс-мажорні обставини** (стихійні лиха, страйки) та обставини, наближені до форс-мажорних (несприятливі законодавчі акти, ембарго, зміни валютного курсу).
Крім того всі загрози економічній безпеці можна класифікувати як:
- **об'єктивні** — це загрози, що виникають у зв'язку з економічним становищем у державі;
- **суб'єктивні** — вплив людського фактора, наприклад, суперників чи партнерів;
- **потенційні** — існують досить тривалий час і обумовлені геополітичним становищем у державі;
- **актуальні** — з'являються у зв'язку з загальною кризою міжнародного чи внутрішньодержавного середовища;
- **реальні** — ті, які існують об'єктивно;
- **гіпотетичні** — особа вважає, що загрози існують і цей висновок робиться на основі певного аналізу економічної ситуації;
- **уявні** — створюються в людській уяві і реально не існують, вони можуть бути обумовлені певними особистісними якостями людини.

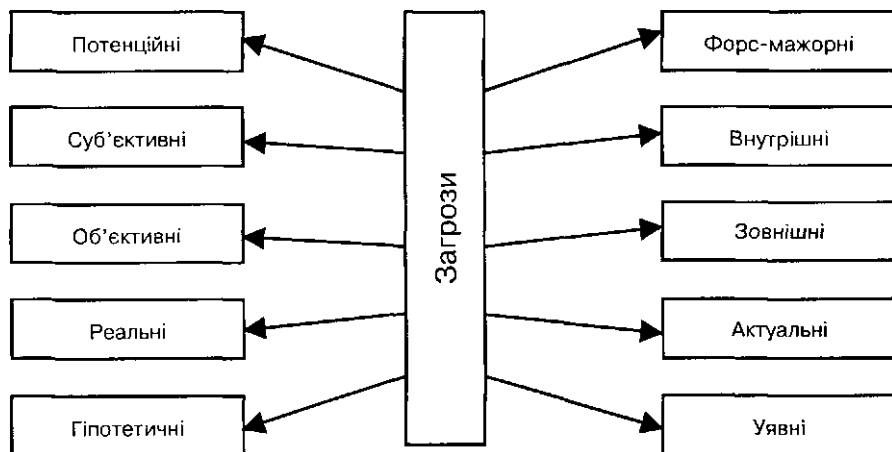


Рис. 2 Класифікація загроз економічній безпеці особистості

В узагальненому вигляді всі загрози економічній безпеці можна представити за допомогою рис. 2.

Небезпеку являють собою впливи, що блокують здатність людини до адекватного реагування на життєві обставини, знижують її здатність аналізувати та свідомо обирати, позбавляють людину почуття індивідуальності, особистісної оцінки.

Сьогодні більшість населення України відмовляється від активної економічної поведінки та замість дій, що спрямовані на економічну та соціальну адаптацію до нових економічних та соціальних умов, люди відповідають на них роздратованістю, агресивністю, знижуючи практичний граничний потенціал руйнації особистості. Людина починає дуже гостро відчувати свою економічну та соціальну незахищеність, невпевненість у майбутньому, загрозу безпеки існування як повноцінного громадянина та особистості.

Підсумовуючи все вищезазначене *можна зазначити, що наслідками деструктивних економічних впливів для особистості є:*

1. Звуження кола інтересів. Скорочення участі у значущих видах діяльності;
2. Неконтрольовані дії, що суперечать інтересам та цінностям людини (наприклад, придбання непотрібного товару);
3. Немоżliвість здійснення свідомого вибору,
4. Відмова від активної економічної поведінки;
5. Роздратованість та агресивність;
6. Неадекватна реакція;
7. Втомлюваність та жахи;
8. Порушення відчуття безпеки, передбачуваності світу, невпевненість у майбутньому, відчуття економічної та соціальної незахищеності;
9. Відчуття загрози безпеці існування як повноцінного громадянина та особистості.

Необхідними і достатніми умовами забезпечення економічної безпеки особистості можна вважати:

- а) задоволення потреб самозбереження, самовідтворювання і саморозвитку людини;
- б) своєчасне прогнозування і ідентифікацію переходу байдужого елемента середовища в розряд потенційної небезпеки, а потенційної небезпеки — в актуальну загрозу,
- в) захист людини від загроз різних типів.

Критерії економічної безпеки особистості можна виділити наступним чином:

1. Критерій задоволеності особистості якістю життя та впевненість у майбутньому.
2. Критерій стійкості особистості до інформаційних, економічних та політичних впливів.
3. Критерій захисту базових цінностей та інтересів, джерел духовного та матеріального добробуту особистості;
4. Критерій задоволеності особи станом власної економічної безпеки.

Висновки

1. Національна безпека держави — це система державних і суспільних гарантій, що забезпечують стійкий розвиток країни, захист базових цінностей і інтересів, джерел духовного і матеріального благополуччя від внутрішніх і зовнішніх загроз.

Економічна безпека держави також трактується як стан національної економіки, що забезпечує задоволення життєво важливих потреб країни в матеріальних благах незалежно від виникнення у світовій економічній системі або всередині країни форс-мажорних обставин соціально-політичного, економічного або екологічного характеру.

2. Економічна безпека регіону — це система заходів із захисту економічного простору регіону від зовнішніх і внутрішніх загроз, що перешкоджають ефективному функціонуванню складових регіональної економіки: інституційної інфраструктури (органів адміністративно-територіального управління і фінансово-кредитних інститутів); власне сфери виробництва; об'єктів транспорту і зв'язку; науки і наукових установ; систем життєзабезпечення; соціальної сфери.

3. Економічна безпека підприємства — це здатність організації або структури захиститися від фінансових втрат, втрати довіри клієнтів.

Економічна безпека підприємства — це такий стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації, технології) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найефективніше їх використання для стабільного функціонування і динамічного науково-технічного і соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам.

4. Економічна безпека суб'єкта — це такий стан його економічної свідомості, в якому суб'єкт сприймає існуючу якість життя як адекватну і надійну, оскільки вона створює реальні можливості для задоволення його економічних потреб тепер і дає підставу для упевненості в майбутньому.

5. Необхідними і достатніми умовами забезпечення економічної безпеки особистості можна вважати:

- а) задоволення потреб самозбереження, самовідтворювання і саморозвитку людини;
- б) своєчасне прогнозування і ідентифікацію переходу байдужого елемента середовища в розряд потенційної небезпеки, а потенційної небезпеки — в актуальну загрозу,
- в) захист людини від загроз різних типів.

Контрольні запитання

1. *Що слід розуміти під:*
 - національною безпекою держави;
 - економічною безпекою держави?
2. *Що є критерієм економічної безпеки держави?*
3. *Які показники економічної безпеки держави вам відомі?*
4. *Які цілі і завдання забезпечення економічної безпеки держави?*
5. *Які аспекти прояву економічної безпеки регіону вам відомі?*
6. *Охарактеризуйте об'єкт і суб'єкт економічної безпеки регіону.*
7. *Яка структура загроз для економічної безпеки регіону?*
8. *Які джерела негативного впливу на економічну безпеку підприємства вам відомі?*
9. *Яка класифікація загроз для економічної безпеки підприємства?*
10. *У чому суть економічної безпеки суб'єкта?*
11. *Які критерії економічної безпеки особистості вам відомі?*

Розділ 2

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ТА ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

2.1 Економічна поведінка в процесі прийняття рішень
2.2 /дослідження ризику при прийнятті економічних
рішень



2.1 Економічна поведінка в процесі прийняття рішень

Теорія прийняття рішень є на даний час однією з найперспективніших дисциплін. Економічна психологія досліджує ті аспекти прийняття рішень, які розкривають закономірності економічної поведінки. Тому економіко-психологічне бачення процесу прийняття рішення може бути розкрито шляхом послідовного аналізу і моделювання різних економічних процесів.

Економічною поведінкою звичайно називають поведінку, викликану економічними стимулами, і діяльність господарюючого суб'єкта. Економічна психологія направлена на дослідження процесів і механізмів, що лежать в основі споживання або інших типів економічної поведінки, і, перш за все, переваг виборів, прийняття рішень і чинників, що на них впливають.

Будь-якому вчинку людини зазвичай передуює сприйняття, осмислення, розуміння ситуації і себе в ній, тобто когнітивні (пізнавальні) компоненти; суб'єктивне ставлення, забарвлене відчуттями, тобто афективні (емоційні) компоненти, і, нарешті, дія або навики, її стримування, тобто конативні (дієво-динамічні) компоненти. Розглядаючи економічну поведінку, вчені, як правило, і виділяють для її аналізу ці три дуже тісно взаємозв'язані складові.

Когнітивні чинники, що впливають на прийняття рішень

В економіці, яка вивчає відносини людей з приводу господарювання, ці відносини описуються прагматично, раціонально — спрощено, мовою речей і цифр. Економічна наука тривалий час спиралася на концепцію «економічної людини» — людини раціональної, котра має стабільні переваги і прагне максимізувати власну вигоду в

умовах абсолютної повноти інформації, свободи вибору і кількісної оцінки альтернатив. Оскільки поведінка господарюючого суб'єкта значно складніша, багатозначніша, виникла необхідність у співдружності економіки з психологією, в інтеграції їхніх підходів. Сучасна економічна наука прагне подолати спрощену схему «економічної людини». І в цьому їй допомагає економічна психологія.

Найбільша увага в полеміці економістів і психологів про раціональність економічної діяльності і поведінки була сконцентрована на проблемі прийняття економічного рішення. Вкладення грошей в бізнес, вибір професії або навчального закладу, зміна районів, міст і країн проживання пов'язані з прийняттям рішення за відсутності певної інформації про результати.

Невизначеність залишається постійною, іноді домінуючою особливістю умов існування людини.

Економічний погляд на прийняття рішення зводиться до двох питань: «Яка цінність цього?» і «Що я повинен за це віддати?» Звідси вибір між тим чи цим, «зараз» чи «потім». Коли робиться вибір між певними альтернативами, то достатньо описати варіанти для самих себе словами «краще, ніж», «гірше, ніж» або «так само».

Але в поведінці людини не все так однозначно. Звернемося, наприклад, до аксіоми «жадібності», представленої у теорії попиту: «Якщо кошик А містить такі ж продукти, що і кошик Б, але хоча б на одиницю одного продукту більше, то А завжди матиме перевагу перед Б».

Часто вибір здійснюється за ситуації, коли те, що може бути вибране, не є єдиним певним результатом, а є двома або більше різними можливостями, кожна з яких має власну ймовірність, наприклад, рішення купувати чи ні лотерейний квиток, цінний папір, або рішення, що вимагає розрахунку тимчасових або грошових втрат і приймається в ситуації, коли людина спізнюється на важливу ділову зустріч або побачення. У цьому випадку вже недостатньо просто порівняти альтернативи, потрібно визначити чисельне значення користі, що оцінює кожен варіант.

У одному з підручників з економіки наведена наступна задача: дві фірми знаходяться на відстані 10 км одна від одної, виготовляють однакову продукцію за однією ціною, але транспортні витрати на перевезення одиниці продукції за 1 км у першій фірмі втричі вищі, ніж у другій. Покажіть, що перша фірма постачає продукцію в область, визначену колом в 3,75 км.

Дана задача легко розв'язується за допомогою елементарної аналітичної геометрії. Практика роботи зі студентами показує, що всі починають вирішувати задачу, не вникаючи в значення її формулювання. Те, що відбувається зі студентами, відбувається зі всією економічною наукою. Вона спочатку припускає, що в даному випадку покупець буде виходити з кількісних параметрів особистої вигоди і вибере найкорисніший для нього варіант. Зверніть увагу, що в самому формулюванні йдеться навіть не про споживача, а про продавця. Як і в даній задачі, принцип максимізації власної вигоди є свого роду аксіомою економічного аналізу. Не випадково, що в економічній теорії попиту принцип максимізації представлений саме у формі аксіоми «жадібності».

Для економістів суб'єкт, що не максимізує власну вигоду, поводить нерационально, і повинен бути виключений з аналізу як певна аномалія.

Психологи в цьому випадку звертають увагу на два моменти: *по-перше*, під **раціональним** слід розуміти не лише спрямованість дії, але й сам механізм прийняття рішення. Інакше кажучи, якщо для економістів суб'єкт завжди розраховує варіанти вибору, то для психологів раціональне міркування є лише одним з варіантів прийняття рішення, яке може бути ухвалене також на основі звички, емоцій.

Але навіть якщо варіант прорахований, і це *по-друге*, то абсолютно необов'язково буде обрано максимально вигідний варіант. Психологи справедливо звертають увагу на поширеність такого явища як **«економічний альтруїзм»**, наочним проявом якого є благодійність. У принципі, економічна психологія не закликає до корисливості в економічній поведінці. Але від

що індивідуальна вигода є функцією не однієї, а як мінімум двох змінних — **корисності для себе і корисності для інших**. Саме в цьому ключі вирішує проблему вибору американський економіст Дж. Хіршлейфер. Він звертає увагу на те, що величина корисності для інших залежить від ступеня близькості суб'єктів, перш за все близькості кровноспорідненої. Хіршлейфер розвиває ідеї біологічного альтруїзму, сформульовані в роботах Г. Спенсера і П. Кропоткіна і відроджені відомим соціобіологом Е. Уїлсоном. Економічна психологія звертає увагу на те, що кровноспоріднений альтруїзм є лише одним з моментів «економічного альтруїзму». На принцип максимізації руйнівний вплив справляє також ефект насичення, психологія колективної дії і, що найголовніше — суб'єктивне сприйняття корисності економічної дії.

Експериментальні дослідження в області економічної психології переконливо доводять, що живим організмам (оскільки експерименти проводилися на тваринах) властиво демонструвати **ефект насичення** — на певній стадії експерименту позитивний стимул не викликав реакції у відповідь. Психологи звертають увагу на кореляцію даного ефекту з відомим положенням економічної теорії, що описує так звані точки насолоди, тобто ситуації, відхилення від яких у будь-якому напрямі призводить до негативного результату.

Дещо в іншому ключі висвітлює дану проблему когнітивна орієнтація психологічної науки. Вона вважає, що суб'єкт «конструює» у своїй свідомості певні стійкі рівноважні стани, відхилення від яких викликають психологічний дисонанс.

Важливе місце у критичному аналізі принципу максимізації індивідуальної вигоди займає **психологія колективної дії**. Одним з головних її положень є висновок про те, що прагнення до максимізації власної вигоди може мати для індивіда не позитивний, а негативний результат навіть з чисто економічної точки зору. Більше того, суб'єкт, що орієнтується на особисту вигоду, може стати руйнуючим чинником економічних відносин. Відправною точкою аналізу тут може служити **концепція досягнення екстраординарних цілей**,



сформульована відомим американським психологом **М. Шеріфом**. Вона стверджує, що деякі надцілі можуть бути досягнуті тільки в результаті психологічної взаємодії суб'єктів і готовності пожертвувати особистою вигодою і груповим фаворитизмом.

Основа вивчення **економічної поведінки ймовірності** була закладена економістом Оскаром Монгерштейном і математиком **Джон фон Нейманом** у книзі «Теорія ігор і економічної поведінки» (1944), в якій автори виявляють властиву економістам тенденцію перебільшення, абсолютизації когнітивних компонентів. Вони розглядають людину, котра приймає рішення, як раціональну, послідовну, головною метою якої є вигода, а основним принципом діяльності — її максимізація. Звернемося для прикладу до двох аксіом з пропонованих авторами.

Аксіома транзитивності (постійності): «Якщо ви віддаєте перевагу А над Б, а Б вважаєте за кращим за В, то ви повинні А вважати кращим за В (наприклад, якщо мигдаль ви вважаєте кращим за волоські горіхи, а горіхи — за шоколад, то ви повинні віддати перевагу мигдалю над шоколадом)».

Стикаючись із протилежними випадками, економісти відштовхувалися у своєму поясненні від того, що теорія вимагає постійності, а люди недосконалі, вони роблять помилки. Психологи ж вважають, що люди постійно непостійні. Їхні уподобання мають тенденцію до нетранзитивності, але відхиляються від постійності систематичним чином, який може бути вимірний, пояснений і вивчений.

Експерименти показали, що навіть наступна, слабша версія транзитивності не має місця: «Якщо ви більше часу віддаєте перевагу А, і Б віддаєте перевагу більше часу над В, то ви в більшості випадків маєте віддати перевагу А над В». Насправді ж, з різних причин (вплив інших людей, мода, прагнення до новизни, економія) людина може різко змінити свої уподобання.

Аксіома заміщення: «Якщо одній події ви віддасте перевагу над іншою, коли вони обидві мають 100 % ймовірність, то тій же



події повинна бути віддана перевага в умовах невизначеності, коли обидві події однаково невизначені (або співвідношення їх ймовірності однакове)». Таким чином, якщо ви віддаєте перевагу певному результату А над певним результатом Б, то ви повинні віддати перевагу шансові виграти А над шансом виграти Б.

Ця аксіома заміщення суперечить мудрому виразу Сервантеса чотирьохсотрічної давності, що став прислів'ям, про те, що синиця в руці краща, ніж журавель у небі. Розглянемо цю аксіому на прикладі двох простих завдань:

1. Чому б ви віддали перевагу: 100 % ймовірності провести тиждень відпустки в Англії або 50 % шансові виграти тритижневий тур по Англії, Франції й Італії?
2. Ви швидше віддали б перевагу 10 % шансові виграти один тиждень відпустки в Англії чи 5 % шансові виграти тритижневий тур по Англії, Франції й Італії?

Порівняйте ваш вибір у завданнях 1 і 2. Чи збереглася аксіома заміщення? Чому 8 з 10 вибирають першу альтернативу в завданні 1 і навпаки, 7 з 9 вибирають другу альтернативу в завданні 2?

Підтвердженням аксіоми був би однаковий вибір. Проте більшість вибирає Англію в першому випадку, і більш привабливий варіант з відвідинами трьох країн у грі з низькими шансами, запропонованій у другому випадку.

Сервантес стверджував, що визначеність має особливу силу. Дійсно, багато хто вважає надійний виграш ціннішим, ніж ненадійний, хоча і привабливіший. А якщо обидва ризиковані, то варто вибрати той, який більший або цікавіший [39, 40].

Як люди обирають ймовірності? Багато хто не любить розрахунки і використовує приблизні припущення. Експерименти показали, що дуже небагато людей уміють і хочуть поєднувати ймовірність незалежних подій шляхом множення.

В умовах невизначеності людина може поводитися як інтелектуальний каліка. Відомі наступні основні *види систематичних помилок, що допускаються при оцінці ймовірності*:

- *ефект репрезентативності* (переоцінюється надійність малих вибірок);
- *ефект наочності* (переоцінка ймовірності яскравих подій, котрі запам'ятовуються);
- *ефект егоцентризму* (недостатнє врахування апріорної інформації і використання переважно власного досвіду);
- *ефект консерватизму*;
- *ефект Ірвіна* (переоцінюється ймовірність бажаної події і недооцінюється ймовірність небажаного);
- *ефект якоря* (вплив точки відліку, з чим порівнюється);
- *ефект краю* (недооцінюється можливість ймовірних подій і переоцінюється — малоймовірних);
- *ефект Монте-Карло* (при оцінці ймовірності двох послідовних незалежних подій люди прагнуть встановлювати між ними зв'язок);
- *ефект Стоунера* (позитивне зрушення ризику в групових рішеннях по відношенню до індивідуальних) [39, 40].

У економіці часто констатується той факт, що в багатьох економічних ситуаціях люди, більш здатні до раціональних обчислень, мають перевагу над людьми неспостережливими, загальмованими або схильними ухвалювати рішення під впливом імпульсу. У той же час інтуїтивний підхід при оцінці ймовірності може бути проявом дефіциту часу або економії енергії.

Як бачимо, економічна поведінка набагато складніша, ніж представляється у працях **Дж. Фон Неймана** і **О. Монгерштейна** в неокласичних економічних теоріях. Вона визначається багатьма чинниками і не може бути аксіоматично описаною і однозначно передбаченою. Раціональна поведінка, раціональний вибір — це лише один з варіантів поведінки. Економісти — представники інституційних теорій фірми і споживацького попиту — прагнуть враховувати вплив психологічних чинників на економічні рішення і відносини. Включаючи психологічні складові в моделі економічної поведінки, вони зуміли вийти за рамки спрощеної схеми «економічної людини».



Однією з відомих моделей прийняття рішення, яка якнайкраще розкриває суть економіки і психології вибору, є **модель «дилеми в'язня»**.

Суть її така: двоє злочинців допитуються одночасно в різних кімнатах. Перед кожним з них стоїть альтернатива: або заперечувати скоєне взагалі, або вигороджувати себе, звалюючи вину на іншого. Найвигіднішою з індивідуальної точки зору є друга альтернатива, але за умови, що другий злочинець вибере першу. У протилежному ж випадку, вигороджуючи кожен сам себе, злочинці визнають свою провину і опиняться у в'язниці. Є й інший варіант — мовчати, але знову за умови, що другий теж мовчатиме. В цьому випадку злочин заперечується взагалі, і злочинці виходять на свободу. Значущість кожного варіанту зображається матрицею, кожен елемент якої містить кількість балів, котру отримує кожен із злочинців (див. таблицю 5).

Як видно, варіант кооперації приносить не максимальну кількість балів. Проте якщо кожен із злочинців діє як «економічна людина», страждають обидва.

На основі «дилеми двох арештантів» були розроблені матриці прийняття економічних рішень відносно поведінки іншої діючої сторони — конкурентів, партнерів.

Таблиця 5

**Модель економіко-психологічного
прийняття рішення в «дилемі в'язня»**

	Мовчати (співпрацювати)	Вигороджувати себе (не співпрацювати)
1-й	3,3	0,6
2-й	6,0	0,6

Наприклад, вихід на ринок з новим продуктом передбачає врахування можливих дій конкурентів. Ви отримаєте великий прибуток тільки в тому випадку, якщо конкуруюча сторона одночасно з вами не вийде на ринок з аналогічним продуктом. Інакше ринок може виявитися переповненим і ви зазнаєте втрат. Якщо передбачити вихід на ринок конкурентів, то може виявитися вигіднішим не виводити свій товар, заощадивши тим самим кошти і направивши їх в іншу область. Залишається найспокійніший варіант — ні ви, ні ваші конкуренти не виводять даний товар на ринок.

Неефективність «економічного егоїзму» демонструє експеримент — гра «Горішки». Учасників гри розташовують перед столом, на якому розсипані горішки. Ставиться завдання — набрати максимальну кількість горішків за командою ведучого. При цьому формулюється додаткова умова — кожні 10 секунд кількість горішків, що залишаються на столі, подвоюється. Експерименти довели, що 65 % гравців не доходять навіть до першої «добавки», хоча при узгоджених діях можна набрати горішків набагато більше.

Моделі такого роду передбачають, що в певних економічних ситуаціях психологічна координація виявляється продуктивнішою, ніж максимізуюча поведінка. Проте при цьому виникає проблема сприйняття поведінки і намірів іншої сторони. У такому разі вступають в дію механізми атрибуції, децентралізації і емпатії.

Атрибуція, тобто приписування, виконує дуже важливу роль у психології економічних відносин. Наділення протилежної сторони певними рисами поведінки на основі свого бачення може зіграти і позитивну, і негативну роль. Експериментальні дослідження зарубіжної економічної психології показують, що суб'єкт, котрий прагне до максимізації власної вигоди, як правило, приписує Цю рису протилежній стороні. Повертаючись до «дилеми двох в'язнів», це означає, що кооперація не реалізується у разі, коли один з учасників егоїст. Більше того, це змушує протилежну сторону діяти подібним чином, що загрожує серйозними економічними втратами. У економічній практиці часто подібне відбувається з різного роду важливими



угодами — варто лише одному з учасників захотіти отримати більше, це викликає миттєву реакцію у відповідь з боку інших учасників угоди і веде до розвалу структури, що приносила стабільні доходи. Проблема ускладнюється тим, що існує так звана «основна помилка атрибуції» — приписування суб'єктові якостей, якими він не володіє, але які характеризують ситуацію, в якій він знаходиться.

Тому в економічній психології велика увага надається децентралізації, тобто наближенню до «Я» іншого і емпатії. Роль цих механізмів демонструє *експеримент-гра «Ультиматум»*, описана **С. В. Малаховим** [64]. Ведучий пропонує вам 100 дол. і ставить наступну умову: ви повинні поділитися з іншим учасником, незнайомим вам. Якщо він погодиться на запропоновану вами суму X , то він її отримає, а ви отримаєте $100-X$. Якщо він відкине пропозицію, то ні він, ні ви грошей не отримаєте. Інший учасник знає про цю умову.

Даний експеримент при всій його зовнішній простоті дуже продуктивний.

По-перше, він моделює велику кількість реальних господарських ситуацій.

По-друге, він спростовує концепцію «економічної людини».

По-третє, його можна варіювати, максимально наближаючи до рішення практичних економічних задач.

Нарешті, *по-четверте*, він демонструє принципову різницю між економічним і психологічним мисленням.

Почнемо з другого. Згідно з економічною теорією, другий учасник повинен погодитися на будь-яку суму, якою б малою вона не була, оскільки єдиною реальною альтернативою (повторна пропозиція не допускається) для нього є отримання нульової суми. Інакше кажучи, економічна людина повинна погодитися навіть на 1 цент. Очевидно, і це легко перевірити. У реальній ситуації така поведінка буде виключенням. Поза експериментами це легко помітити в будь-якого роду посередницькій діяльності.

Які ж співвідношення зустрічаються найчастіше? Американські психологи встановили, що найчастішим співвідношенням часток,

що залишаються і пропонуються, є 7 до 3. У серії проведених вітчизняних експериментів 75—85 % давали співвідношення 6 до 4. Потім експеримент був модернізований. Частина аудиторії виконувала роль реципієнта, інша частина — донора. Для першої було сформульоване питання: «Скільки ви запропонуєте», а для другої — «На скільки ви погодитесь?» Перша група, відповідно до раніше встановленої закономірності, давала знайоме нам стійке співвідношення 6 до 4. В цей же час друга група продемонструвала варіативність оцінок — від 1-ї до 4-х часток, але лише у 7 % рівень претензій виразився в 5-ти частках. Інакше кажучи, якби дані суб'єкти зустрілися в реальній ситуації такого роду, «випаровувалося» б від 1-ї до 4-х часток. Не володіючи механізмом децентрації, перший запропонував би дуже багато, а другий попросив би дуже мало. Але й говорити про повну відсутність децентрації також не можна. Саме вона примушує донора пропонувати суми, відмінні від 1-ї і 6-ї часток. Донор розуміє, що подібна пропозиція може бути сприйнята в категоріях, відмінних від економічних — неповазі, образі, тобто в категоріях психологічних. Саме врахування, хай навіть приблизне, психології реципієнта примушує донора здійснювати вчинки, неопосередовані з точки зору економічної теорії. Як, утім, виглядатиме з цієї ж точки зору незрозумілим відмова реципієнта прийняти 1 цент.

Іншим контраргументом принципу максимізації служать численні приклади з економічної практики, що розкривають суб'єктивне сприйняття корисності. Пільговий кредит земляку, знижка при продажу товару родичу, подарунки — ці явища показують, що індивід може у своїх діях орієнтуватися на категорії, в рамках яких максимізуюча поведінка неприйнятна, а сама дія виконує роль задоволення іншої, неекономічної потреби.

Таким чином, *економіко-психологічний аналіз концепції поведінки, що максимізує індивідуальну вигоду*, переконливо доводить, що, по-перше, така поведінка є лише окремим випадком, якщо не виключенням взагалі, і, по-друге, прагнення дотримуватися такої моделі поведінки може привести до зворотного результату — падіння чисто економічної ефективності.



Експеримент-гра «Ультиматум» дозволяє ознайомитися з концепцією оптимальності економічної дії. Оптимальність розглядається не як альтернатива раціональності, а як її логічний розвиток. Багато представників сучасної економічної науки розробляють поняття оптимальності як раціональності, обмеженої тими або іншими чинниками. Інакше кажучи, максимізуюча поведінка редукується деякими зовнішніми параметрами. В результаті виникає ефект немаксимізації прибутку — немінімізації затрат. Вже цей висновок свідчить про появу нового економічного мислення. Як справедливо відзначають психологи, така постановка питання не змінює його суті — «економічна людина» продовжує поводитися раціонально, але вже в рамках заданих обмежень.

У вирішенні проблеми раціональної економічної діяльності економічна психологія також орієнтується на явище немаксимізації прибутку — немінімізації затрат, проте при цьому звертається увага не стільки на зовнішні обмеження, скільки на сам механізм прийняття нераціонального з економічної точки зору рішення. Звернемо увагу на дві основні **причини** такої **поведінки**: психологічна інерція і затратність прийняття максимально вигідного рішення. У першому випадку індивід не встигає реагувати на зміну параметрів економічної діяльності, внаслідок чого модель поведінки в нових умовах стає менш ефективною. У другому випадку виникають психологічні затрати, пов'язані з прийняттям самого рішення, які також знижують його ефективність.

Крім того, економічне рішення може бути ухвалене на підставі **емоції** або **звички**. Тоді замість максимально вигідного рішення здійснюється найменш психологічно витратне. Звичка передбачає стереотипні автоматизовані дії, що дає економію в часі і енергетичних затратах. Емоція, на відміну від розумових акцентів, дає швидку, хоча і грубу оцінку ситуації, тобто знову відбувається економія в часі і економія енергії. Інтуїтивний підхід при розрахунку ймовірності так само може бути вибраний як менш затратний, оскільки розумові операції вимагають більше часу і психоенергетичних затрат, ніж сприйняття і емоція.

Проте чим більш суб'єктивна значущість вчинку, тим вища його раціональність, тобто чим важливіший для людини результат її вчинку, тим швидше вона обдумуватиме рішення, розраховуватиме, зважуватиме, проявлятиме всі види пошукової активності.

Таким чином, важливим чинником, що перебиває прагнення до вигоди, є затратність максимально вигідного рішення. Ви часто вважаєте за краще купити щось дещо дорожче, але ближче до дому або виконати роботу з помічником, а не самостійно, і отримати за неї меншу на його частку винагороду. Тоді не раціональність, а оптимальність стає критерієм економічного рішення і вчинку. Під оптимальністю розуміється раціональність, обмежена тим або іншим чинником, в даному випадку затратністю.

Як не дивно, додаткові психологічні витрати з прийняття економічних рішень можуть знижувати їх ефективність. Так, цікавий приклад з області менеджменту. Американські фахівці переконалися в існуванні ефекту «тягаря переможця». Як правило, він спрацьовує у тому випадку, коли буде розглянуто дуже багато варіантів, велика ймовірність того, що буде відібраний далеко не найкращий. З якоїсь миті будь-який додатковий приріст затрат веде лише до погіршення ситуації.

Мотиваційно-вольові компоненти

В основі цілей поведінки лежать мотиви. Цілком зрозуміло, що обидва ці поняття достатньо близькі, проте істотні відмінності між ними є. Мотиви — щось більш первинне. Вони можуть бути не тільки пов'язані з розумом, свідомістю, але і зумовлені емоціями, підсвідомістю. Економічні мотиви є особливою категорією мотивів. Мотиви, що відносяться до накопичення багатства, конкуренції, егоїзму, альтруїзму, гонити за прибутками, схильності до ризику мають економічну спрямованість.

У економічній психології прийнято розрізняти два види мотивів: ті, що носять прагматичний характер, і ті, що не мають практичної спрямованості. Перший вид у людини, безумовно, переважає, і тут можна виділити наступні мотиви.

Мотив безпеки. Він, як правило, породжує орієнтацію на задалегідь вибрану мету накопичень.

Мотив досягнення контролю над ситуацією. Як правило, в ньому реалізується цільова орієнтація людини на володіння владою, на відчуття незалежності від інших і при можливості — на контроль над оточуючими.

Мотив отримання доходів. Суть — у прагненні забезпечити себе більшими фінансовими коштами шляхом вибору найвдаліших форм накопичення і вмілої комбінації різних варіантів, тобто завдяки грамотній стратегії.

Мотив престижу, що символізує націленість індивіда на демонстрацію оточуючим своїх накопичених статків. При цьому мається на увазі націленість переконати інших у своїй високій професійній майстерності, а також в умінні розпоряджатися грошима.

Що стосується мотивів, що не мають практичної спрямованості, то до них можна віднести ті, за яких заощадження здійснюються як вже згадана раніше самоціль, а також ті, що виражають альтруїстичні наміри.

У економіко-психологічному плані цікавий, зокрема, наступний момент. Існує певна кореляція між мотивами заощадження і їх конкретною формою. Наприклад, у тих людей, для яких характерне прагнення до демонстрації своїх досягнень, переважаючою формою заощаджень виступають їх найбезпечніші варіанти. Для індивідів, які проявляють тенденцію до контролю над ситуацією та оточуючими, характерна схильність до таких форм заощаджень, що дозволяють у будь-який час розпоряджатися своїми ресурсами.

Практика свідчить, що традиції в області заощадження поступово змінюються. Найтипівіші в даному зв'язку випадки, за даними економіко-психологічних досліджень, наступні:

1. Упродовж ряду останніх десятиліть в розвинених країнах поступово знижується частка коштів, що направляються населенням на цілі накопичення (див. табл. 6). **В. М. Соколінський** відзначає три причини подібної динаміки [84].



Таблиця 6

**Заощадження домашніх господарств у країнах Заходу,
% від всієї суми отриманих доходів**

	1975 р.	1980 р.	1995 р.
США	8,9	8,1	4,7
Швеція	4,7	6,7	8,2
Канада	12,7	13,6	7,4
Великобританія	11,4	13,3	10,2
ФРН	15,1	12,8	11,6
Франція	20,2	17,6	14,3

По-перше, позначається та обставина, що соціально-економічний розвиток західних країн протягом зазначеного часу відбувався достатньо стійко і збалансовано, населення звикло жити в умовах традиційного економічного порядку.

По-друге, сучасне західне суспільство все більше схиляється до висновку: радіти життю потрібно не «потім» (коли вдається досягти якихось запланованих рубежів), а вже зараз, щохвилини. Все більш відчутною стає проста істина: перебування людини на Землі короткочасне. Уміння правильно сприймати цю істину, повною мірою відчувати радість життя вимагає фінансових витрат (на улюблені заняття, на відпочинок, подорожі).

По-третє, в загальному процесі заощадження зросла роль соціальної групи молоді. Для неї, як показує досвід, не характерна схильність до великомасштабного використання варіанту відкладеного попиту.

2. Не тільки у молоді, але й у всього населення посилюється орієнтація накопичення на досягнення поточних споживачьких цілей.
3. Спостерігається певне заміщення операцій з накопичення використанням кредитів. Їх доступність і відносна дешевизна зменшують потребу в заощадженні.

4. Заощадження все більше орієнтуються на підтримку досягнутого стандарту життя.
5. Найактивніше заощадження здійснюються середніми за віком групами населення.
6. Верстви людей, що залучаються до процесу накопичення, все більше готові до того, щоб нести відповідну (і неминучу в ринковій економіці) частку ризику.
7. Певні зміни відбуваються в сегменті вкладників. Наприклад, у соціальної верстви пенсіонерів у розвинених країнах все більше виявляються нові аспекти потреб. Пуританські часи певною мірою минули: виходячи на пенсію, люди прагнуть по можливості не тільки не знижувати стандарти свого споживання, але й зберігати їх, а часом і якоюсь мірою підвищувати. Пенсійний етап життя все частіше сприймається сьогодні не як «залишкова величина», а як «новий початок»: тому іншого вигляду набули й цілі накопичення.

У наших умовах процес заощадження, зрозуміло, має свою специфіку. Вона полягає перш за все у тому, що частка депонованих населенням коштів відносно невелика. Визначається це переважно двома причинами.

По-перше, відносно малий середньостатистичний дохід в країні.

По-друге, ще слабка звичка здійснювати накопичення, особливо в сучасних, обумовлених ринковим типом економіки, формах (таких як страхування, купівля цінних паперів і т. п.).

Ось типова для західної країни структура заощаджень (див. табл.7) і дані, отримані в ході здійсненого в 1997 р. дослідницькою групою Фінансової академії соціологічного опитування студентів, магістрів, аспірантів, представників ділових кіл і службовців державних установ (див. табл. 8).

Таблиця 7

**Форми заощаджень і грошових накопичень
домашніх господарств у ФРН**

	1991 р., %	1995 р., %
Грошові накопичення, всього	100,0	100,0
В тому числі:		
• Страхування	21,0	36,5
• Депозити в банку	32,2	33,1
• Придбання цінних паперів	39,9	24,6
• Депозити в пенсійні фонди підприємств	6,4	4,4
• Депозити в будівельні ощадні каси	2,6	1,5

Таблиця 8

**Форми заощаджень і грошових накопичень
домашніх господарств**

	Всі соціальні групи	Зокрема працівники приватних і державних підприємств і установ
	1997 р. %	1997 р. %
Всі форми заощаджень, всього	100,0	100,0
В тому числі:	36,0	42,7
• Наявний доларовий запас		
• Депозити в банку	29,1	27,4
• Наявний рублевий запас	19,3	8,9
• Вкладення в нерухомість	4,5	8,9
• Купівля цінних паперів	4,2	6,5
• Інші форми	6,7	5,6



Нарешті, *по-третє*, для наших співвітчизників типові заощадження націлені переважно на короткострокове споживання (придбання автомобілів, закордонна поїздка — у одних, гроші «на чорний день» — у інших). Правда, частково починає також розгортатися депонування засобів на будівництво приватного житла. Проте інвестиційний варіант використання накопичуваних коштів (що реалізується в індивідуальній або інституційній формі, тобто через банки) ще не отримав достатнього розвитку по всій країні. Тому що, крім відсутності у населення необхідних навиків, стримуючим чинником виступає соціально-економічна ситуація в нашій країні. Лише досягнення країною відносної рівноваги створить у людей стимул до підвищення заощаджень і трансформації їх в інвестиції.

В економічній діяльності широко виявляється і такий феномен як чисто **альтруїстична поведінка**. Вона, *по-перше*, функціонально залежить від величини доходу суб'єкта. Від того, у кого є матеріальна можливість бути більш щедрим, слід швидше чекати пожертвувань, благодійності.

По-друге, індивідуально-психологічні особливості етичної мотивації є важливим чинником поведінки. Спроба вимірювання ступеня альтруїзму на основі того, як людина розділить зарплату між собою і іншими або як оцінить себе й інших за внеском у діяльність, дала можливість виділити наступні типи:

- **кооперативний тип** представили випробовувані, котрі віддали перевагу однаковій зарплаті для себе й інших;
- **змагальний тип** характеризувався перевагою різних зарплат на свою користь;
- **індивідуалістичний тип** дистанціювався від побажань з приводу зарплат інших.

Економічна психологія звертає увагу на те, що мотивація економічної діяльності носить нелінійний характер. Виразенням нелінійності мотивації є функція суб'єктивної корисності економічної діяльності. Один з піонерів економіко-психологічного синтезу **Т. Сцитовські** запропонував досліджувати проблему мотивації в

рамках дилеми «новизна-комфорт». Він показав, що на стадії новизни певної економічної діяльності мотивація прискорено зростає із зростанням стимулу. На стадії комфорту мотивація уповільнює своє зростання, оскільки виникає ефект насичення.

Нелінійність мотивації і корисності в черговий раз переконує нас у помилковості концепції «економічної людини». Різні стадії економічної діяльності характеризуються різними психологічними характеристиками рішень, що приймаються.

Аналогічну тезу розвиває відомий американський економіст **Дж. Стігліц**. Результати його досліджень показали, що менеджери великих корпорацій не зацікавлені в максимальних прибутках своїх фірм, оскільки це пов'язано з підвищеним ризиком. Тому для збереження свого становища менеджери обирають варіанти розвитку, орієнтовані на короткострокові і стабільні доходи. Певною мірою це узгоджується з концепцією «пошук-задоволення» Саймона. Ця концепція розроблялася саме для економічних організацій. Вона ж стверджує, що вибір максимально вигідного рішення для організації малоймовірний. Іншим аргументом практичної неможливості прийняття максимально вигідного для організації рішення є теза, що для акціонерів, тобто власників корпорацій, витрати з пошуку помилок менеджерів перевищуватимуть той приріст доходу, який може бути отриманий у результаті зміни політики фірми.

Однією із стійких помилок економічної практики є принцип ефективності пайової участі в прибутках. Стверджується, що, пов'язавши доходи працівників фірми у пропорції від її валового доходу, можна досягти високої економічної ефективності за рахунок стабільної матеріальної зацікавленості працівників і, як наслідок, їх психологічної узгодженості з метою фірми. Безумовно, цей принцип більш ефективний, ніж зрівняльність і гарантованість заробітної платні. Проте й він не вирішує проблем. Це стає очевидним, якщо проаналізувати співвідношення суб'єктивного сприйняття пайової участі і зміни в абсолютних величинах доходу. Так, наприклад, припустимо, що частка індивіда в загальному доході зафіксована у розмірі 10 % і що ця частка

його влаштовує й забезпечує необхідну мотивацію. **С. В. Малаховим** [64] була проведена серія експериментів, яка довела, що при збільшенні абсолютної величини загального доходу рівень запитів індивіда змінюється нелінійно. Зміна рівня запитів варіюється залежно від психології індивіда, і при цьому можна виявити певну типологію. Так, наприклад, індивіди вважали прийнятною частку в 10 % при загальному доході в 100 дол. При збільшенні загального доходу від 1000, 5000, 10000 відбувалася переоцінка своєї частки у бік її підвищення. Інакше кажучи, у разі 10000 індивід сприймав співвідношення 9000 до 1000 несправедливим. Потім, при подальшому збільшенні загального доходу, рівень домагань починав різко зменшуватися. Результати були інтерпретовані таким чином: сприйняття пайової участі має певну точку перегину. До цієї точки індивід оцінює перш за все частку, ним не отримвану, і зростання абсолютної величини не отримуваної ним частки збільшує його рівень запитів. Але потім індивід починає звертати увагу перш за все на абсолютну величину отримуваної ним частки, і зростання цієї абсолютної величини зменшує його рівень запитів. Таким чином, у разі Л-динаміки — на рівень запитів впливає двостадійний процес суб'єктивної оцінки «чуже-своє». Відповідно, у разі У-динаміки алгоритм буде зворотним — «своє-чуже».

Результати даного експерименту можуть пояснити багато феноменів економічної поведінки. Стосовно проблеми психологічної узгодженості мотивації працівників і цілей фірми, можна зробити висновки, що впровадження принципу пайової участі не вирішує проблеми стимулювання працівників фірми слідувати її цілям, частина працівників у міру зростання загальних доходів відчуватиме себе ущемленими, і їх мотивація до прямування до цілей фірми неминуче падатиме. Виникне феномен компенсаторної поведінки, описаний угорським економістом **П. Кадер'яком**, — індивід шукатиме джерела, що компенсують незадовільний розподіл — у формі стороннього заробітку, зниження інтенсивності праці, її якості. У результаті ні індивідуальна поведінка, ні поведінка фірми не зможе задовольнити вимоги максимізації вигоди.



Цікаве пояснення неефективності поведінки організацій дають представники психоаналітичного напрямку економічної психології. Так, **М. Кетц де Вріс** і **Д. Міллер** розробили психоаналітичну типологію економічних централізованих організацій. Серед виділених ними типів звертають на себе увагу такі, мотивація яких заснована на підсвідомій потребі в грандіозності і контролі.

Економічна поведінка організацій першого типу характеризується імпульсивністю прийняття рішень, фрагментарністю і непослідовністю економічної політики, інтуїтивністю, невиправданим ризиком і фантазією грандіозності задумів і рішень. Другий тип характеризується «ритуалізацією» прийняття рішень, надмірною увагою до другорядних деталей, консервативністю процедур прийняття рішень, неприйняттям ризику, навіть повним його уникненням.

До вольових компонентів економічної поведінки і свідомості відносять економічні норми, економічний інтерес, економічний вчинок, економічну діяльність (всі вони детально розглянуті в розділі 3.1).

Афективні чинники економічної поведінки

До **афективних чинників** економічної поведінки відносять емоції, почуття, переживання.

Емоції — це психофізіологічний процес, цілісна реакція організму, що відображає ставлення суб'єкта до об'єкту (іншого суб'єкта) в ситуації невизначеності. Емоції забарвлюють і таким чином закріплюють індивідуальний досвід в економічній сфері, впливають на економічну поведінку. Завдяки емоційній пам'яті корисні форми поведінки закріплюються, а невдалі відкидаються.

Позитивні емоції, гарний настрій стимулюють велику споживачку активність, тому використовуються різні чинники (зорові, слухові, нюхові), що піднімають настрій в магазинах, супермаркетах, у місцях розваг. Позитивні емоції підсилюють оптимістичні очікування, які збільшують незаплановані витрати і знижують прагнення

споживача заощадити. Дія негативних емоцій протилежна. Ті ж закономірності спрацьовують і у біржових гравців: на фоні позитивних емоцій вони плекають більше надій по відношенню до продукції, її експлуатації або ситуації на біржі, що стимулює великий ризик.

Завдяки емоціям активізуються енергетичні резервні можливості в ситуації невизначеності. Проте для різних ситуацій, видів діяльності необхідний різний рівень активації.

Згідно з **законом Йеркса-Додсона**, існує оптимальний рівень збудження, бажання, емоційно-мотиваційного забезпечення діяльності. Взаємозв'язок успішності діяльності і інтенсивності бажання нелінійний, він має вигляд T_I -видної інвертованої кривої. При дуже високому рівні збудження від бажання когнітивні компоненти діяльності руйнуються, відбувається зсування мети на результат (енергія йде на представлення результату, на страх його не отримати).

Чинник складності задачі, відповідальності діяльності вносить в модель активності економічної поведінки свої корективи. З'ясувалося, що при простих завданнях слід підтримувати високий рівень збудження, щоб уникнути млявості. Складні задачі вимагають невисокого рівня збудження. А середні за складністю — середнього рівня активації, стресу.

У стані підвищеного збудження люди швидше займуться легшими видами діяльності (наведення ладу в паперах), а в стані низького збудження — складнішими (складання звіту).

Якщо в ситуації підвищеної відповідальності у трудовій і навчальній діяльності перезбудження, перемотивація погіршують результат роботи, значить, нагнітання напруги і тривоги в таких ситуаціях буде управлінською помилкою. Подібної помилки іноді припускаються начальники, вчителі, батьки.

Закон Йеркса-Додсона проявляється і в споживацькій поведінці. Чим важливіша покупка, привабливіший продукт (підвищений рівень збудження), тим більша ймовірність у ситуації інформаційного перевантаження (складність вибору) припуститися помилки. Інформаційне перевантаження може бути спровоковане різноманітністю

товарів і послуг, необхідністю врахування багатьох чинників вибору (ціна, надійність, престиж, новизна), суперечливими джерелами інформації про продукт, дефіцитом часу вибору.

Впливає на економічну поведінку в цілому і особистий емоційний профіль, а саме зміст, характер переважаючих емоцій, які для конкретної людини особливо бажані.

Виділяють такі основні **види економічних емоцій**:

1. *Акчзчитивні емоції* — це емоції, що забарвлюють процес придбання, колекціонування, заготівлі. Вони тісно пов'язані зі сферами споживання і накопичення. Насичення потреб накопичення дає людині відчуття матеріальної свободи і безпеки від чорного дня. Коли ж воно переходить межі, людина перетворюється на скупого лицаря. Характерним проявом надвираженості акизитивних емоцій є надмірне прагнення робити запаси, які потім псуються, викидаються, виявившись незатребуваними.
2. *Праксичні емоції і відчуття* виникають, коли є бажання досягти успіху в роботі, коли людина захоплена справою і разом з втомою переживає почуття задоволення результатами праці.
3. *Гностичні емоції* пов'язані з бажанням проникнути в суть явища, радістю відкриття істини, прагненням подолати суперечності, розкласти все по полицях.
4. *Глоричні емоції* пов'язані з бажанням самоствердження, визнання і шани. Вони підштовхують людину до самовдосконалення, саморозвитку, з ними нерозривно пов'язані почуття враженого самолюбства, бажання взяти реванш. Крайнє вираження глоричних емоцій виявляється у вигляді невгамовного жадання слави, нагород, почесностей, що пов'язано з порушенням моральних заборон.
5. *Пугнічні емоції* базуються на потребі в боротьбі, бажанні подолати небезпеку, випробувати азарт, ризик. Їх супроводжує відчуття емоційної і вольової напруги, граничної мобілізації своїх фізичних і розумових здібностей. Якщо ж вони захоплюють людину повністю, вона втрачає голову.



6. *Альтруїстичні емоції* — це безкорисливе бажання приносити іншим людям радість і щастя, відчуття занепокоєння і турботи про когось, співпереживання, ніжність, відданість. Крайній ступінь небезпечний вигорянням до бездушся. Зустрічається й альтруїзм із знаком мінус, коли людина чекає біди інших, щоб продемонструвати свої таланти.
7. *Естетичні емоції* обслуговують потребу в прекрасному, насолоді красою, гармонією. Вони забезпечують радість життя, повноцінність буття, але усвідомлюються далеко не всіма.
8. *Гедоністичні емоції* виражають потребу в тілесному і душевному комфорті. Їх приносить насолода від смачної їжі, сонця, тепла. Бажання відчувати емоції гедонізму залежить від бажань працювати і придбавати. Тим, хто вміє добре відпочивати, організм платить здоров'ям і кращою роботою. Але якщо гедонізм стає сенсом життя, швидко настає нудьга, пересичення і неминуча втомиленість.
9. *Комунікативні емоції і відчуття* — бажання спілкуватися, ділитися своїми думками і переживаннями, знаходити їм відгук. Ці емоції часто займають перше місце у жінок, а у чоловіків — третє.
10. *Романтичні емоції* — це очікування незвичайного, дива, вабляче відчуття далини, прагнення до незвіданого таємничого. Це потяг зловісного, магічного. Вони стимулюють свідомість нового, відкриття невідомого, але при дуже великій затягнутості в світ казок є небезпека піти від реального світу назавсім [39, 40].

Знання про домінуючі емоції колективу або групи доцільно застосовувати в цілях ефективного ними управління.

Емоція або раціональний розрахунок виконує провідну роль при покупці. Це залежить від характеру товарів і послуг і від особистості покупця.

Чим *експресивніший товар* (викликає сильні, яскраві емоції, заражає, притягує), тим більшою мірою пригнічуються когнітивні



компоненти оцінювання і вибору товару, тобто вибір стає менш обдуманим. Експресивність продукту швидше пов'язана з престижем, виразністю, модою, чуттєвою привабливістю, ніж з його функціональним і утилітарним призначеннями. Наприклад, експресивність одягу служить його психосоціальним цілям, тоді як захисні властивості — функціональним.

Емоційному вибору властиві внутрішня цілісність і нерозчленованість, самосфокусованість і непоясненність. Експресивний товар породжує емоційні думки, які тісно пов'язані з образом «Я» і погано виражаються за допомогою мови. «Це моє», «мені це подобається», «це не для мене», «саме це мені підходить» — приклади особистих емоційних думок на відміну від когнітивних «ця річ дешева і добротна», «в машині багато місця», «натуральні тканини здоровіші».

Часто емоційний вибір стає ведучим при відборі з декількох альтернатив (направляє і утримує увагу). Виділяє щось з оточуючого і справляє перше враження емоційний вибір, а при остаточному виборі здійснюється інформаційний пошук і раціональний розрахунок. Чим вища зацікавленість у результаті, важливіший правильний вибір, тим швидше обдумування домінуватиме над емоціями.

Висновки

1. Економічною поведінкою звичайно називають поведінку, викликану економічними стимулами, і діяльність господарюючого суб'єкта. Економічна психологія направлена на дослідження процесів і механізмів, що лежать в основі споживання або інших типів економічної поведінки, і, перш за все, переваг виборів, прийняття рішень і чинників, що впливають на них.

2. Будь-якій провині людини звичайно передують сприйняття, осмислення, розуміння ситуації і себе в ній, тобто когнітивні (пізнавальні компоненти); суб'єктивне відношення, забарвлене відчуттями, тобто афективні (емоційні) компоненти, і, нарешті, дія або навики, її стримування, тобто конативні (дієво-динамічні) компоненти.



3. Економічна психологія критикує концепцію економічної людини не тільки за дотримання принципу максимізації індивідуальної вигоди. Не менш конструктивно психологи критикують й інші сторони даної концепції. Вони вказують на те, що в реальній господарській ситуації не існує ні абсолютної повноти інформації, ні свободи вибору альтернатив. Але якщо ці обмеження можна врахувати в економічній теорії і скоректувати тим самим концепцію «економічної людини», то тезу стабільності переваг включити в аналітичні економічні конструкції набагато важче. Численні експерименти переконливо доводять, що така стабільність є виключенням не тільки в тривалих відрізках часу, але навіть і в ситуативному виборі.

Контрольні запитання

1. *Які аспекти прийняття рішень досліджує економічна психологія?*
2. *Що таке економічна поведінка? Що в ній є раціонального, а що ірраціонального?*
3. *Які чинники економічної поведінки вам відомі?*
4. *Які життєві ситуації ускладнюють прогрес прийняття рішень?*
5. *Наведіть приклади непостійності вибору і привабливості визначеності.*
6. *Як люди вибирають ймовірність? Назвіть основні види помилок, що припускаються при оцінці ймовірності.*
7. *Охарактеризуйте вплив психологічних затрат на прийняття економічного рішення.*
8. *Які основні види економічних емоцій вам відомі?*
9. *Охарактеризуйте основні види економічних мотивів.*
10. *Доведіть на прикладах неефективність економічного егоїзму.*
11. *Чи завжди людина поступає раціонально? Чи відрізняється раціональність з економічної і психологічної точки зору?*
12. *У чому полягає сутність закону Йеркса-Додсона?*

2.2 Дослідження ризику при прийнятті економічних рішень

ф

»

Під **прийняттям рішення** в економічній психології завжди розуміють акт вибору одного варіанту з декількох альтернативних з метою досягнення якнайкращого результату.

У процесі прийняття рішень психологами виділяються три етапи:

- пошук інформації;
- пошук і виявлення альтернатив;
- вибір кращої альтернативи.

На *першому етапі* збирається вся доступна на момент прийняття рішення інформація.

Другий етап — виявлення альтернативи, визначення того, що можна, а що не можна робити в даній ситуації.

Третій — порівняння альтернатив і вибір кращого варіанту рішення.

Процес прийняття рішення включає наступні блоки:

- усвідомлення того, що рішення повинне бути прийнято;
- розгляд альтернативних варіантів, які можуть призвести до бажаного результату.
- оцінка альтернативних варіантів.

Теорія прийняття рішень — загальна модель раціональної поведінки суб'єкта [47]. Теорія називається раціональною, бо передбачає раціонально діючого суб'єкта, який приймає завжди розумні, оптимальні рішення, позбавленого емоцій, не схильного до сумнівів, до забобонів і упереджень, не підвладного впливу оточуючих. Інакше кажучи, така теорія відволікається від психологічних особливостей суб'єктів, що приймають рішення. Тому вона є ідеальною моделлю, на яку повинен орієнтуватися реальний, практично діючий суб'єкт.

Психологічна теорія прийняття рішень займається дослідженням загальних і індивідуальних психічних особливостей особистості, котра ухвалює рішення.

Існують такі основні **види прийняття рішень**:

- 1) *Інтуїтивні рішення* — це вибір, зроблений тільки на основі відчуття того, що він правильний. З погляду статистики шанси на правильний вибір без будь-якого додатку логіки невисокі.
- 2) *Рішення, що базуються на судженнях* — це вибір, обумовлений знаннями і накопиченим досвідом. Людина використовує знання про те, що траплялося в подібних ситуаціях раніше, щоб спрогнозувати результат альтернативних варіантів вибору в існуючій ситуації. Спираючись на здоровий глузд, вона обирає альтернативу, що принесла успіх у минулому.
- 3) *Раціональні рішення* — обґрунтовуються за допомогою об'єктивного аналітичного процесу, описаного вище. Основна відмінність між рішенням раціональним і тим, що базується на судженнях полягає у тому, що перше не залежить від колишнього досвіду.

Психологічну теорію прийняття рішення слід розглядати як доповнення раціональної теорії прийняття рішень, що має справу з вивченням поведінки не абстрактного, а реально діючого суб'єкта.

Оцінка наслідків альтернатив — заснована на приписуванні наслідкам певної суб'єктивної цінності і корисності. Корисність, яку людина приписує результатам тієї або іншої альтернативи, залежить від стану суб'єкта, від структури цілей особистості, яка вирішує дану задачу, цілей, що направляють її поведінку і породжені властивою їй системою потреб.

Для того, щоб зробити вибір з альтернатив, необхідно їх заздалегідь оцінити відповідно до критерію оцінки. У літературі існує два тлумачення поняття «критерій»:

- *по-перше*, критерій — це цільова функція, тобто функція, що пов'язує варіанти рішень з рівнями досягнення цілей. Досягнення поставленої мети залежно від рівня її значущості розуміється як корисність рішення. Рішення можуть розрізнятися з погляду своєї здійсненності. Тому розрізняють критерій здійсненності. Він заснований на зважуванні ймовірності сприятливих

або несприятливих результатів рішення, тобто досягнення або не досягнення мети.

- *по-друге*, критерій — це певне правило оцінювання. Йдеться про те, як використати і поєднати оцінки за критеріями переваг і здійсненності в єдину інтегральну оцінку.

Порівняння альтернатив (варіантів рішення) — здійснюється за багатьма критеріями з урахуванням різної ймовірності реалізації рішень. Психологічні дослідження прийняття багатокритеріальних рішень проводяться в двох аспектах.

Перший аспект — вивчення процесу і стратегій багатокритеріальних рішень. Тут людина вдається до різних евристик, що дозволяють розгорнути процес порівняння у декілька етапів.

Другий аспект — мотивація вибору. Мотиваційна тенденція, або намір вчинити дію, розглядається як функція корисності результату дії і суб'єктивної ймовірності (очікування) успіху обраної дії. Корисність результату або наслідків дії може бути пов'язана з самооцінкою і оцінкою з боку інших. Очікування успіху або невдачі дії визначається особливостями ситуації, можливостями здійснювати певні дії, ступенем контролю ситуації. На становлення мотивації впливають особисті мотиваційні детермінанти: мотивація досягнення, тобто співвідношення прагнення до успіху і уникнення невдачі, локус контролю, тобто переконання залежно від зовнішніх обставин або від власних дій.

Акт прийняття рішення — вибір одного із знайдених і оцінених варіантів рішення, безпосередній перехід від намірів до дії. Акт прийняття рішення супроводжується:

- наявністю залишкової невизначеності, яка долається вольовим зусиллям;
- необхідністю санкціонувати рішення, тобто прийняти на себе відповідальність.

Ймовірність — це ступінь можливості реалізації тих або інших форм випадковості, що спостерігаються у навколишньому світі. Категорія ймовірності служить керівництвом у всіх діях і рішеннях, пов'язаних з прогнозом майбутнього. Суб'єктивна ймовірність —

особисті оцінки ймовірності подій. Людські думки про ймовірність, як встановили психологи, часто бувають помилковими, проте ми ними користуємося при прийнятті рішень у багатьох ситуаціях. Невизначеність може виникати в рамках кожного елементу діяльності:

- раптова зміна зовнішніх умов апробованої діяльності;
- вимушена зміна об'єкту і засобів діяльності;
- зміна мотивів, цілей і методів діяльності.

Невизначеність — викликається певною неусувною неузгодженістю елементів всієї живої діяльності між собою. Мотиви, цілі, результати, засоби, методи і об'єкти діяльності лише тоді знаходяться в абсолютно узгодженому відношенні один до одного, коли процес діяльності взагалі не здійснювався. Будь-яка взаємодія елементів діяльності між собою, з одного боку, і з зовнішніми умовами — з іншого, призводить до їх неузгодження. Воно зростає прямо пропорційно динамічності і новизні діяльності — це своєрідний «закон ризику», що одночасно стимулює і обмежує будь-яку діяльність.

Існування невизначеності пов'язане з неповнотою і недостатністю інформації про об'єкт, процес або явище, по відношенню до якого приймається рішення, а також з обмеженістю можливостей людини в збиранні і переробці інформації, з постійною мінливістю інформації про багато об'єктів. Процес прийняття рішень передбачає наявність досить повної і правильної інформації. На практиці найчастіше інформація буває різномірною, різноякісною, неповною або спотвореною.

У сучасній економіці діє специфічне джерело невизначеності — система індустріальних технологій, що постійно розвивається, визначена науково-технічним прогресом (НТП). На процес відтворення невизначеності справляє вплив характер імовірності НТП.

До **джерел**, що сприяють зростанню невизначеності і ризику, відносяться також: обмеженість ресурсів на стадіях прийняття або реалізації рішень, відносність процесу пізнання людиною навколишньої дійсності, відносна обмеженість свідомої діяльності людини, існуючі відмінності в соціально-психологічних установках і стереотипах поведінки.

Окрім зазначених причин слід особливо відзначити, що ризик пов'язаний з творчістю — діяльністю, яка характеризується неповторністю, оригінальністю, унікальністю.

Ризик — поняття, що характеризує діяльність в умовах невизначеності. Поняття ризику включає перспективу певного результату ситуації, який залежить від ряду чинників і містить властивість небажаності. Будучи, таким чином, прогностичною оцінкою ситуації, поняття ризику не просто описує, але зумовлює певне її розуміння, є нормативно-оцінною категорією. У даній своїй якості ризик є властивістю людської діяльності і спілкування, тобто є продуктом самооцінки людини.

Філософське осмислення поняття ризику сходить до філософської антропології німецького філософа **Арнольда Гелена**. Він вводить уявлення про людину як про «недостатню істоту», яка характеризується обмеженою природною пристосованістю: «У природних стихійних умовах людина, якщо її розглядати з погляду оснащеності органами тільки як потенцію біологічного існування, була б вже давно винищена, живучи на землі серед найспритніших і небезпечних хижаків». А. Гелен підкреслює, що людина менш спеціалізована, і через це більш багатостороння, ніж інші види, і робить з цього висновок про те, що початкова позбавленість жорсткого пристосувальницького зв'язку з певними екологічними нішами прирікає людину до статусу «ризикуючої істоти».

К. Кумбс пропонує дослідження ризику структурувати відповідно до двох дихотомій. Перша з них — це розподіл на роботи, пов'язані з оцінкою ризику, і роботи, в яких вивчається прийняття ризику. Під дослідженням оцінки ризику розуміється з'ясування того, в чому полягає ризик, а також розробка методів його визначення і вимірювання. Прийняттям ризику називається вибір суб'єктом певної поведінки, що містить ризик. Звичайно ризик уявляється чимось поганим, чого бажано уникнути. Проте він прийнятний за наявності достатніх компенсацій. Встановлення відповідного компромісу і складає предмет досліджень прийняття ризику.

Другий дихотомічний розподіл ґрунтується на тому, що суб'єкт, котрий приймає рішення, може бути або спільнотою людей, або окремим індивідом. У зв'язку з цим можна говорити про групове або індивідуальне ставлення до ризику. На оцінку ризикованості польоту на літаку не впливає присутність інших пасажирів, тоді як на точку зору суспільства цей факт впливає. Можна вважати, що політ на маленькому літаку пов'язаний з більшим ризиком, ніж політ на великому авіалайнері.

Отже, люди враховують імовірність подій, причому визначеність бажана сама по собі, але в різних ситуаціях невизначеність, ризик, ймовірність подій сприймаються по-різному. У пошуках психологічних причин непостійності економічних рішень виявився вплив на ризикованість вибору його умов, контексту.

У реальному житті **готовність ризикувати** залежить від того, чи ризикуємо ми заради досягнення якого-небудь виграшу, придбання або уникнення яких-небудь втрат.

Розглянемо два економічні приклади.

1. Уявіть собі, що у вас є вибір між 90 % шансом виграти 3000 дол. і 45 % шансом виграти удвічі більше — 6000 дол. Що ви вибираєте?
2. Зробіть вибір між 90 % шансом програти 3000 дол. і 45 % шансом програти 6000 дол. Який ваш вибір?

У першому випадку в 6 разів більше людей вибирають менший, але ймовірніший виграш, хоча математична очікувана цінність (ймовірність виграшних варіантів) кожної гри однакова — 2700 дол.

У другому завданні, навпаки, 9 з 10 вважають за краще ризикнути великим за розміром, але менш ймовірним програшем. Очевидно, що люди не люблять ризикувати через виграш, але вважають за краще ризикувати через програш. Така загальна закономірність, але вона може змінюватися під специфіки діяльності і індивідуальних особливостей.

Економісти пояснюють цю закономірність, виходячи з принципу економіки: послідовне зростання доходу приносить все менше і

менше задоволення або вигоди. Тому, наприклад, при однаково ймовірному шансі виграш в 1000 дол. додає менше задоволення, ніж збирає втрата в 1000 дол.

Тут можливо застосувати і чисте психологічне пояснення: все, що має в своєму розпорядженні людина, включено до її образу «Я» (це торкається і матеріальної сфери), і втрата призводить до психологічної травми, тоді як те, заради чого ще тільки треба ризикувати, сприймається як чуже, хоча і бажане.

Шлях, за допомогою якого людям пред'являються ризиковані вибори, може мати великий вплив на остаточне рішення. Дж. **Фон Нейман** і **О. Монгерштейн** стверджували, що спосіб, за допомогою якого пропонуються вибори, не має значення [39, 40].

Розглянемо вибір і спосіб пред'явлення його умов на прикладі двох завдань:

1. Уявіть, що вирішили подивитися п'єсу, квиток на яку коштує 10 доларів, але, підходячи до театру, ви помітили, що загубили купюру в 10 дол. Чи вирішили ви все-таки купити квиток за 10 доларів і подивитися п'єсу?

Відповідь «так» дають близько 86 % респондентів.

2. Уявіть, що ви вирішили подивитися п'єсу і заплатили за вхідний квиток 10 доларів, але, підходячи до театру, ви помітили, що загубили квиток, ваше місце не реєструвалося, а квиток не можна відновити. Чи заплатите ви 10 доларів за новий квиток?

Відповідь «так» дають близько 46 % респондентів.

Різниця в прийнятті рішення обумовлена економіко-соціологічними причинами, в чому неодноразово переконувався цілий ряд дослідників.

Найзначнішими дослідженнями з проблеми прийняття економічних рішень є роботи **Д. Канеман** і **А. Тверські** в області економічної психології ризик-менеджменту і рефлексії прийманих рішень, за що у 2002 році американські психологи стали Лауреатами Нобелівської премії з економіки.

Теорія ризику Д. Канеман і А. Тверські призначена для оцінки спільного ризику гри в рулетку і гри, ставкою в якій є кухоль пива, вона передбачає, що сумісний ризик є функцією ризикованості кожної гри, що розігрується самостійно. Теорія ігор містить набір достатніх умов, з яких виходить, що показник ризику для такого портфеля ігор має адитивний характер, і що ризик є лінійною функцією математичного очікування і дисперсії результатів гри. Теорія Д. Канеман і А. Тверські заснована на припущеннях про згорток ризику окремих ігор при формуванні міри ризикованості даного портфеля ігор, тобто на припущенні про емпіричне підсумовування ігор — компонент при незалежній грі [76].

А. Тверські і Д. Канеман писали про «рамки» рішення, під яким розуміються уявлення людини, що приймає рішення, про дії, результати і непередбачені обставини, пов'язані з конкретним вибором. Рамки, що встановлюються людиною при прийнятті рішення, залежать від формулювання проблеми, а також від її норм, звичок, особових характеристик [39, 40].

Саме вони виявили, що в багатьох ситуаціях люди просто не здатні належною мірою проводити аналіз альтернатив і вимушені спиратися в своїх рішеннях на евристичні методи або правило великого пальця (американська назва методу проб і помилок).

Крім того, на підставі ряду експериментів А. Тверські і Д. Канеман був знайдений принцип, що став їхнім значним внеском в економічну науку: люди в умовах невизначеності керуються, перш за все, оцінкою можливих відхилень контрольних показників від референтного рівня, а не загальною величиною добробуту (багатства). Причому більшість людей менш схильна зазнавати втрат, ніж отримувати виграш такої ж цінності (з тим же ступенем імовірності). Цей висновок явно суперечить положенням традиційної теорії очікуваної корисності, але, проте, узгоджується з рядом економіко-психологічних робіт.

Цікавий також **ефект формулювань**, що впливає на процес прийняття рішень.



Лобісти кредитних карток наполягають на тому, щоб будь-яка різниця в цінах між покупкою за готівку або по картці відмічалася як знижка, а не як доплата. Два цінники представляють відмінність у цінах: в одному випадку як виграш, в іншому як втрату, неявно виходячи з того, яка ціна — занижена або завищена — була узята як базова. Оскільки програш звичайно перебільшується більше за виграш, покупці швидше відмовляться від знижки, ніж погодяться на доплату [76].

В даний час домінуючою **теорією прийняття рішення за наявності ризику** є, звичайно, **теорія максимізації очікуваної корисності**. Будь-яка система вимірювання корисності, в якій використовуються вибори при невизначених результатах, формує функцію корисності для пояснення цих виборів і, отже, передбачає концепцію ризику. Так, положення про прийняття ризику в контексті очікуваної корисності є просто засобом опису форми функції корисності. Дана концепція виконує допоміжну роль у міркуваннях про те, чи є функція корисності випуклою або увігнутою в певному конкретному інтервалі.

У економіко-психологічній літературі розрізняють аналіз ризиків на якісному і кількісному рівні, причому саме кількісне дослідження ризиків, раніше виявлених на якісному рівні, вважають основною метою теорії. **Кількісна модель ризику** звичайно враховує ймовірність небажаної події і ціну пов'язаних з нею втрат. Будь-який ризик кількісно можна охарактеризувати двома способами:

- ймовірність небажаного результату (події);
- ціна втрат.

Проте дуже часто залишається незрозумілим, про яку інтерпретацію ймовірності в тому або іншому випадку йде мова. Ймовірність небажаної події можна визначити експертно, але тільки в тих випадках, коли стандартні методи виявляються непридатними. Звичайно для розрахунку ймовірності застосовують статистичні методи (наприклад, метод статистичних випробувань «Монте-Карло»),



Ціна ризику теж визначається різними способами. Зазвичай під нею розуміється вартість втрат, пов'язаних з імовірністю небажаної події, втраченої вигоди і збитку. Наприклад, ціна ризику від впровадження проекту складає різницю між планованим, максимальним прибутком і прибутком ймовірним, з урахуванням ризику.

При виборі варіантів треба враховувати наступні правила:

- по відношенню до кожного з альтернативних варіантів необхідно визначити можливі його результати;
- визначити ймовірність результатів;
- знайти суму творів ймовірності, помножених на відповідні результати;
- обрати той варіант, який має найбільшу суму творів — максимальну очікувану цінність.

Ризикова ситуація пов'язана із статистичними процесами і її супроводять три співіснуючі умови: наявність невизначеності, необхідність вибору альтернативи (при цьому потрібно мати на увазі, що відмова від вибору також є альтернативою вибору); можливість при цьому оцінити ймовірність обраних альтернатив.

Ризикова ситуація — різновид невизначеної, коли настання подій імовірне і може бути визначене, тобто об'єктивно існує можливість імовірної оцінки подій, що можуть виникнути в результаті спільної діяльності партнерів, контрдій конкурентів, впливу природи, впровадження науково-технічних досягнень і т. п.

Прагнучи «зняти» ризиковану ситуацію, суб'єкт робить вибір і прагне реалізувати його. Цей процес і знаходить своє вираження у понятті «ризик». Останній існує як на стадії вибору рішення, так і на стадії його реалізації. І в тому, і в іншому випадку ризик постає моделлю зняття суб'єктом невизначеності, шляхом практичного вирішення суперечності при альтернативному розвитку протилежних тенденцій у конкретних обставинах.

Ризик характеризується такими рисами як суперечливість і альтернативність. **Суперечливість** як межа соціального ризику виявляється в різних аспектах.



Будучи різновидом діяльності і виконуючи специфічні соціальні функції, ризик, з одного боку, орієнтований на отримання суспільно значущих результатів неординарними способами в умовах невизначеності в ситуації неминучого вибору. Тим самим він дозволяє долати: консерватизм, психологічні бар'єри, що перешкоджають упровадженню нових, перспективних видів діяльності; стереотипи, що стримують суспільний розвиток; і забезпечує здійснення соціальних експериментів, направлених на досягнення успіху.

З іншого боку, ризик веде до авантюризму, суб'єктивізму, гальмування соціального прогресу, якщо в умовах неповноти початкової інформації альтернатива обирається без належного урахування об'єктивних закономірностей розвитку соціального явища, стосовно якого приймається рішення.

Суперечлива природа ризику виявляється в зіткненні об'єктивно існуючих ризикованих дій з їх суб'єктивною оцінкою. Так, людина, що зробила вибір і здійснює цілеспрямовану дію, може вважати її ризикованою, а іншими особами вона може розцінюватися як обережна, і навпаки.

Така властивість ризику, як **альтернативність**, пов'язана з тим, що він передбачає необхідність вибору з двох або декількох можливих варіантів, рішень, напрямів, дій.

Ризик є одним із шляхів усунення невизначеності, яка є відсутністю однозначності. Акцентувати увагу на цій властивості ризику важливо у зв'язку з тим, що оптимізувати на практиці процеси соціального управління і регулювання, ігноруючи об'єктивні і суб'єктивні джерела невизначеності, безперспективно. Причому йдеться не про те, щоб знайти кошти, які дозволяють повністю позбавитися впливу чинників невизначеності (що неможливо), а про необхідність урахування ризику з метою відбору раціональних альтернатив.

Ризик пов'язаний з вибором певних альтернатив, розрахунком імовірності їх результату — в цьому його суб'єктивний бік. Крім цього, він виявляється й у тому, що люди неоднаково сприймають одну і ту ж величину соціального ризику через відмінність початкових установок.



Проте величина ризику не тільки суб'єктивна, але й об'єктивна, оскільки вона є формою якісно-кількісного виразу реально існуючої невизначеності. **Об'єктивність ризику** виявляється й у тому, що це поняття відображає реально існуючі в суспільному житті явища, процеси, сторони діяльності. Причому ризик існує незалежно від того, чи усвідомлюють його наявність, чи ні, враховують його чи ігнорують. Так само як люди не в змозі відмінити природно-історичні закони (хоча можуть і не знати про них), не можна відмінити ризик у певного роду ситуаціях.

Об'єктивність ризику пов'язана і з тим, що він породжується процесами не лише суб'єктивного характеру, але й такими, існування яких, врешті-решт, не залежить від свідомості людини.

Практично всі ситуації, результат яких напряму залежить від дій людини, які визначаються її рішенням і актуальною дією, відносяться до ситуацій ризику.

Поняття ризику слід протиставляти поняттю **надійності**. Професійний досвід фахівців з надійності говорить про те, що абсолютна надійність недосяжна. Тому експерти все частіше використовують поняття ризику, щоб математично уточнити своє прагнення до надійності в міру розумно досяжного. Поняття надійності за своєю суттю є соціальною фікцією, воно функціонує тільки як поняття рефлексії або як поняття-віддушина для соціальних вимог, які, залежно від змінного рівня домагань, потрапляють до калькуляції ризику. В результаті виникає пара понять «**ризик/надійність**», і ця дихотомія робить можливою калькуляцію всіх рішень з погляду їх ризикованої, отже, ця форма універсалізує поняття *ризiku*.

Поняття ризику релевантне поняттю *небезпеки*.

Протиставлення ризику небезпеці засноване на тому, що є дві можливості оцінити причину збитку. Якщо збиток розглядається як наслідок рішення, то говорять про ризик рішення.

Розрізнення «ризик/надійність» і «ризик/небезпека» побудовані асиметрично. У обох випадках поняття ризику означає складний

комплекс обставин, з якими звичайно доводиться мати справу. Протилежна сторона виступає лише як поняття рефлексії, чия функція — прояснити, що ж у **конкретному випадку акцентується в самому ризику**: проблема точності вимірювання в першому випадку або ступінь відповідальності власне за збиток — у другому. Стосовно обох відмінностей правильним буде твердження, що вільної від ризику поведінки не існує. Для першої форми це означає, що не існує абсолютної надійності, для другої — що якщо рішення взагалі приймається, то ризику уникнути не можна.

Якщо немає рішень, гарантовано вільних від ризику, слід відмовитися від сподівань, що збільшення знань і досліджень дозволить перейти від ризику до надійності. На практиці збільшення знань розширює і горизонти невідомого. Чим більше раціональності, тим більше граней проблеми потрапляє в поле зору. В цьому відношенні майбутнє невизначене, а тому завжди існує ризик.

Ступінь ризику можна оцінювати під кутом зору кількісного, якісного, аксіологічного і інтеграційного підходів.

Суть кількісного підходу у визначенні критерію ступеня ризику полягає в наступному. Рішення, вибране в умовах невизначеності, містить певну ймовірність досягнення бажаного результату («успіху»), ймовірність невдачі («неуспіху») і ймовірність відхилення від передбачуваної мети. Кількісна величина цих видів імовірності в діапазоні від 0 до 1 і визначає ступінь ризику. Таким чином, ступінь ризику залежить від міри врахованої невизначеності, яка оцінюється тим чи іншим способом.

У деяких ситуаціях кількісний підхід до визначення ступеня ризику і його оцінки може успішно використовуватися. Проте стосовно аналізів процесів суспільного життя, при виборі економічних, політичних і соціальних рішень, що враховують інтереси як окремих людей, так і соціальних груп, помітний явний недолік кількісного підходу. Суспільне життя незмірно багатше, воно вимагає складніших моделей. Це створює передумови для подолання технократизму.

Оскільки інтеграційний підхід орієнтований на необхідність урахування соціальної ефективності обраних в ситуації ризику рішень і тим самим дозволяє переходити до людського виміру економіки, до розгляду людини як активного, творчого діяча, суб'єкта свідомих, доцільних і цілеспрямованої діяльності.

Інтеграційний підхід включає три взаємозв'язані сторони: *кількісну, якісну і аксіологічну*.

Якісний підхід включає безліч різних елементів, орієнтованих на виявлення позитивних і негативних наслідків реалізації обраної в ситуації ризику альтернативи. Якісна оцінка передбачає необхідність порівняння ймовірних практичних переваг і можливих негативних, психологічних, етичних, демографічних і інших близьких і віддалених наслідків, які можуть наступити при реалізації рішення, що містить ризик. Варіант, що враховує ймовірність впливу прийнятого рішення на якісну сторону життя людей, можна вважати обґрунтованим, якщо його здійснення не перевищує соціально прийнятнього рівня негативних наслідків для стану людей. При цьому аналізуються і виявляються різні шляхи, які можуть призвести до відхилення від мети.

Разом з кількісним і якісним аналізом поняття «соціальна ефективність» і оцінка діяльності в ситуації ризику доповнюються аксіологічним підходом. Практичне застосування **аксіологічного підходу** до оцінки шляхів, що обираються в ситуації ризику, зводиться до вирішення питання: «Кому ця діяльність корисна, чиїм інтересам вона відповідає?», тобто в даному випадку аналіз соціальної ефективності включає і оціночне відношення — «користь-шкода» або етичне — «добро-зло». Аксіологічний підхід до аналізу діяльності в ситуації ризику реалізується, зокрема, при розгляді проблеми співвідношення індивідуальних, групових і суспільних інтересів.

Використовування **інтеграційного підходу**, що включає спільний кількісний, якісний і аксіологічний аналіз ризикованої діяльності, дозволяє виділити **ризик обґрунтований** (раціональний) і **необґрунтований** (нераціональний).



Економічні психологи встановили: насправді люди калькулюють зовсім не так, як це їм рекомендувала б «раціональність». Люди «припускаються помилки», або діють з погляду буденного значення, але відхилення від раціональності мають певну тенденцію. Навіть там, де раціональність відноситься до набору ролевих вимог, де очікується особлива обачність і відповідальність, навіть в менеджменті організацій часто не розробляють кількісних калькуляцій ризику.

Кількісна калькуляція ризику, загалом, орієнтується на суб'єктивне розуміння і суб'єктивне очікування корисності, але з результатами калькуляції ризику погоджуються лише тоді, коли вони не долають певну суб'єктивну межу, або поріг катастрофи. Так, сільське господарство, що функціонує на межі виживання, не схильне до ризику, бо і без ризикованих рішень велика загроза неможливості продовжити виробництво (типова проблема полягає ще й у специфічному менталітеті людей, які постійно живуть у селі на межі виживання). У фінансовій діяльності виявляються схожі умови: підприємці, які повинні постійно зважати на проблеми ліквідності, менш готові до ризику, ніж ті, для кого ця проблема неістотна. Поріг «катастрофи» по-різному оцінюють ті, хто приймає рішення і ті, кого ці рішення зачіпають.

Погляд, згідно з яким якнайкращими рішеннями є рішення з мінімальним ризиком, відповідає кількісному підходу. Проте якщо стосовно ситуацій соціального характеру відмовитися від одностороннього трактування ризику (ризик ототожнюється з невдачею), то можна переконатися в тому, що реальне життя повне ситуацій, коли раціональним може бути будь-яке рішення з будь-яким ступенем ризику.

На ризик найчастіше йдуть тоді, коли цього вимагають зовнішні обставини. Таку діяльність іноді називають **пасивною діяльністю** з елементами ризику. В цьому випадку на ризик йдуть заради мінімізації втрат, а не заради збільшення прибутку. Для господарника така позиція є неділовою і негнучкою.



Разом з управлінням суспільними процесами, що передбачає відмову від ризику або вибір рішень з мінімальним ризиком, у реальній управлінській практиці зустрічаються і рішення, що містять максимальний ризик. У екстремальних ситуаціях такі рішення можуть бути виправданими. Проте поза екстремальними умовами такі рішення добрі лише як доповнення до рішень з раціональним ризиком, оскільки орієнтація на максимальний ризик рідко враховує всю різноманітність об'єктивних умов і закономірностей процесів, що відбуваються.

Феномен **раціонального ризику** є частиною загальнішої проблеми, що термінологічно фіксується як «раціональна людська діяльність». Елементом такої діяльності є прийняття рішень.

Стосовно проблеми **соціального ризику** зміст поняття «раціональне» може розглядатися як властивість людської діяльності, що ґрунтується на пізнанні суспільних і природних законів і закономірностей.

Структура соціальних чинників, що впливають на вибір суб'єктом лінії поведінки, альтернативи, рішень має складну ієрархію. Особливе місце тут належить загальносоціологічним явищам. До них відноситься історично визначена організація суспільства, його соціально-економічна і соціальна структура, рівень розвитку і т. д. Вони створюють той фон, на якому розгортається діяльність соціальних суб'єктів, і опосередковано впливають на процеси вибору рішень, ризикованих альтернатив, прийняття того або іншого ступеня ризику.

Соціальна схильність індивіда, групи, колективу до прийняття ризику або до відмови від нього багато в чому залежить від управлінської структури, що склалася, організаційного середовища, специфіки поширення інформації і т. п.

До чинників соціального характеру, що впливають на формулювання мети, вибір рішення в умовах невизначеності, відносяться конкретні матеріальні, фінансові, людські, природні ресурси, які знаходяться у розпорядженні людей, і резерви. Вкрай рідко у

практичному житті складаються ситуації, коли вибір здійснюється за наявності відразу всіх необхідних ресурсів, тому на вибір конкретного рішення і ступінь його ризикованості впливають адміністративні, юридичні й інші повноваження, якими володіє суб'єкт, що ухвалює рішення.

Якість і спрямованість вибору суб'єктом конкретної альтернативи, орієнтація при цьому на ризик або неприйняття його, наслідки ризику в даному випадку виступають психологічним регулятором веління. Одночасно це регулювання ґрунтується на об'єктивних передумовах. Тому ризик характеризують як суб'єктивні, так і об'єктивні моменти. Ризик, як свідомо-вольова діяльність суб'єкта, означає прояв з боку суб'єкта активності і прагнення досягти позитивного, оптимального результату, зокрема перевершити те, що очікувалося і передбачалося.

Ступінь ухвалюваного суб'єктом у процесі вибору рішення ризику залежить і від того, які дії належить зробити людині — з **добровільним ризиком** (спорт, куріння) або з **недобровільним** (хірургія, транспорт). У ряді досліджень встановлено, що люди схильні ухвалювати рішення в сотні раз ризикованіші порівняно з діями, пов'язаними з ризиком недобровільним. Істотний вплив на вибір тієї або іншої альтернативи мають також суб'єктивні уявлення про величину ризику і переваги, що стосуються ризику.

Разом із соціальними і психологічними чинниками на спрямованість вибору і ставлення суб'єкта до ризику справляють певний вплив і **соціально-психологічні чинники**. До них відносяться: приналежність особистості до групи (соціальної або референтної), специфіка взаємодії між членами групи, боротьба мотивів, ступінь узгодженості особистих і групових інтересів і т. д.

Таким чином, специфіка діяльності суб'єктів соціальної дії залежить від того, хто суб'єкт, де (у якій сфері) здійснюється ризикована діяльність, які чинники і як впливають на вибір ризикованих альтернатив або на відмову від ризику. Крім цього, ризик пов'язаний з психікою індивіда, усвідомленням ним своєї поведінки, її наслідків, і в

даному випадку виступає психологічним регулятором веління. Одночасно це регулювання засноване на об'єктивних передумовах. Тому ризик характеризують як суб'єктивні, так і об'єктивні моменти.

Ризик, як свідомо-вольова діяльність суб'єкта, означає прояв з боку суб'єкта активності і прагнення досягти позитивного, оптимального результату, зокрема перевершити те, що очікувалося і передбачалося.

Соціальні антропологи, політологи вказують, що оцінка ризику і готовність прийняти ризик — це проблема не лише ментальна, але й, перш за все, соціальна. Поведінка в цих випадках відповідає або очікуванням щодо поведінки референтних груп, або характерові соціалізації.

Переважно всі економіко-психологічні дослідження в області ризику початковим пунктом роблять індивіда. Можна виділити цілий клас досліджень, що ставлять своїм завданням виявлення порогу, при якому індивіди, котрі недооцінювали ризик у попередніх ситуаціях (наприклад, коли справи йшли добре), в новій ситуації підходять до усвідомлення ризику. Як правило, саме специфічна комунікація доповнює психологічну інтуїцію, але характер такої комунікації стає зрозумілий тільки при зверненні до соціального контексту ситуації прийняття ризику.

У класичних для економічної психології дослідженнях у області «переміщення до ризику» (ГІ8ку ЗБій) у процесі групового обговорення інформації акцент ставиться саме на зміщенні оцінки наслідків ризикової або непередбачуваної дії на оцінку цієї дії як цілком припустимої.

Всі чинники ризику можна розбити на три основні групи за ознакою приналежності до однієї зі сфер життєдіяльності суб'єктів: **природний ризик, соціальний ризик, економічний ризик**. Відповідно до чинників виділяють і форми (типи) ризиків.

Група **чинників соціального ризику** включає чинники, обумовлені причинами соціального, психологічного, етнографічного, політичного, релігійного, національного характеру.

Група **чинників економічного ризику**, у свою чергу, має наступні підгрупи: чинники промислового, господарського і група чинників промислового ризику.

Група **чинників екологічного ризику** включає чинники, обумовлені господарською діяльністю людей — надмірними викидами і скидами в навколишнє середовище відходів господарської діяльності, необґрунтованим відчуженням територій під господарську діяльність, надмірним залученням у господарський обіг природних ресурсів та іншими подібними негативними процесами.

Чинники господарського (підприємницького) ризику складають окрему велику групу.

Навколо будь-якого суб'єкта і об'єкта в навколишньому світі існує в кожен даний момент система ризиків, обумовлена як характеристиками самого суб'єкта (об'єкта), так і параметрами його життєдіяльності.

Ризик може бути **індивідуальним** або **груповим**, або існувати в масштабах всього суспільства на різних рівнях (на рівні регіональних утворень, на рівні нації, а також для всього людства).

Залежно від ризикової події ризику діляться на:

- **чисті** (можливість отримання негативного або нульового результату);
- **спекулятивні** (де є можливість отримання як позитивного, так і негативного результату). До них відносяться фінансові ризики.

А. А. Тягунов [89] відзначає, що існують **страховані і нестраховані ризики**.

За ступенем допустимості для індивіда розрізняють *незначний* (котрим можна знехтувати), *прийнятний, гранично допустимий і надмірний ризику*. У цьому поділі відображене аксіоматичне визнання головного факту, що будь-який вид діяльності містить певний ризик для здоров'я людини і якості життєдіяльності, який хоча і можна зменшити, але не можна досягти «нульового ризику» — «абсолютної безпеки».

Незначний рівень виражає нижчий ступінь, він дуже малий для індивідуума, оскільки знаходиться в межах флуктуації природного (фонового) рівня ризику.

Гранично допустимий рівень — той, який не повинен перевищуватися незалежно від переваг, що такої господарською діяльністю. Він повинен бути настільки низьким, щоб це не викликало занепокоєння індивіда. Метою при цьому є не обмеження ризику, обумовленого окремими видами діяльності, а обмеження сукупного ризику для індивіда від всієї діяльності в цілому.

Прийнятний рівень — прийнятний для регулюючого органу. Він знаходиться в діапазоні між двома вищезгаданими і повинен бути настільки низьким, наскільки це можливо з економічних і соціальних міркувань.

За своїм характером ризику звичайно підрозділяються на наступні категорії: *об'єктивні і суб'єктивні, індивідуальні і універсальні, політичні, екологічні, технічні* і т. п.

Особливу групу складають специфічні ризику: аномальні і катастрофічні.

До числа **аномальних** відносяться ті, які не дозволяють віднести відповідні об'єкти до тих чи інших груп страхування. Наприклад, індивідуальне страхування життя, страхування на випадок негоди, «неможливості реалізувати ліцензії на відстріл диких тварин» та інші.

Катастрофічними ризиками є ризику, які можуть при їх настанні завдати значних збитків страхувальнику і в особливо великих розмірах (аварія на ЧАЕС, землетрус на Південному Сахаліні і ін.).

Політичні, або репресивні ризику, пов'язані з протиправними діями з погляду норм міжнародного права, заходами або акціями урядів іноземних держав відносно громадян іншої суверенної держави або відносно цілої держави.

Технічний ризик страховика в теоретичному плані є ризиком, пов'язаним із здійсненням страхування. Наявність технічного ризику

страховика спонукає його брати активну участь в організації запобіжних заходів з метою зниження ступеня ймовірності настання страхового випадку.

Істотною властивістю особистісної регуляції прийняття рішення є готовність суб'єкта до рішень в умовах невизначеності, що передбачає «прийняття ризику». Цей термін може бути конкретизований стосовно щонайменше, двох проблем. З одного боку, це актуалізація специфічної активності людини в ситуації вибору, саморегуляція в реалізації нею ризикованих рішень або дій. З іншого боку, це більш окремі механізми впливу диспозиційних передумов, зокрема, примірювання до ситуації власних можливостей, що розуміються в широкому значенні як інтелектуально-особистий потенціал суб'єкта.

Люди істотно відрізняються за готовністю до прийняття ризику, розуміння своїх можливостей і ступеня самостійності в ухваленні рішення, ступеня чутливості до сприйняття ризику в ситуації прийняття рішення. У прийнятті ризику важливу регулятивну роль виконують так чи інакше зрозумілі властивості «схильності до ризику» і «готовності до ризику». Суб'єктивні репрезентації фактора ризику в ситуації також впливають на готовність суб'єкта відповідати за наслідки виборів.

У концепції функціонально-рівневої регуляції прийняття рішення «прийняття ризику» можна розглядати як акт інтеграції на рівні самосвідомості особистості мотиваційних передумов і репрезентацій властивостей ситуації. Віднесеність до рівня самосвідомості особистості концепту «прийняття ризику» не означає твердження про усвідомлення суб'єктом тих базисних процесів, які здійснюються при підготовці або реалізації ризикованих виборів як рішення чи дій. Це означає лише те, що суб'єкт може усвідомлювати необхідність вирішення питання про те, здійснювати вибір, чи ні, як його здійснювати в умовах ризику. У певному сенсі «прийняття ризику» — особистісне самовизначення, дозвіл самому собі прийняття ризику (у уявному або реалізованому прийнятті рішення).

Висновки

1. Готовність до ризику можна розуміти як особову детермінацію прийняття рішень — готовність виходити за межі ситуативних обмежень, ставити цілі, що передбачають перевірку особистісних можливостей, приймати позицію усвідомленого контролю над можливостями її перетворення своїми рішеннями.

Отже, імовірнісна структура середовища, в яку постійно «занурена» людина, статистичний характер і багатоваріантність, властиві більшості явищ навколишньої дійсності, а також людської діяльності, породжують такий феномен як ризик. Підкреслимо ще раз, що існування ризику безпосередньо пов'язане з наявністю невизначеності, яка неоднорідна за змістом і формою прояву.

2. Ризик визначається як діяльність, пов'язана з подоланням невизначеності в ситуації вибору, у процесі якої є можливість кількісно і якісно оцінити ймовірність досягнення передбачуваного результату, невдачі, відхилення від мети.

Ризик пов'язаний з вибором певних альтернатив, розрахунком імовірності їх результату — в цьому його суб'єктивний бік. Крім цього він виявляється й у тому, що люди неоднаково сприймають одну і ту ж величину соціального ризику через відмінність початкових установок.

3. Обґрунтований ризик є складовою частиною раціональної людської діяльності в умовах невизначеності.

Контрольні запитання

1. *Що ви розумієте під невизначеністю?*
2. *Що таке ризик?*
3. *Яку інформацію в реальному житті має у своєму розпорядженні людина?*
4. *Які джерела невизначеності і ризику?*
5. *Які види ризиків вам відомі? Охарактеризуйте кожен з них.*



6. *Від чого залежить готовність ризикувати?*
7. *Які властивості ризику ви знаєте?*
8. *Які існують підходи до оцінки ступеня ризику?*
9. *Назвіть і охарактеризуйте основні стадії прийняття рішення.*
10. *На чому заснована теорія ризиків Д. Канеман і А. Тверські?*
11. *Як ви розумієте дію «ефекту формулювань»?*
12. *Що ви розумієте під рамками прийняття рішень?*
13. *Чим керуються люди в умовах невизначеності?*
14. *Як визначається ціна ризику?*
15. *Які риси ризику вам відомі?*
16. *Що ви розумієте під об'єктивним, обґрунтованим і необґрунтованим ризиком?*
17. *Які соціально-психологічні чинники впливають на ставлення суб'єкта до ризику?*

Розділ 3

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

- 3.1 Економічна свідомість і економічне мислення*
- 3.2 Ставлення людей до власності. Психологія інтелектуальної власності*
- 3.3 Психологія комерційної таємниці*
- 3.4 Економічна психологія сприйняття грошей і особливості «грошової» поведінки*
- 3.5 Психологія багатства і бідності*
- 3.6 Економічна психологія підприємництва і зайнятості*



3.1 Економічна свідомість і економічне мислення

Економічна свідомість є однією з центральних категорій сучасної економічної психології. Економічна свідомість означає результати сприйняття суб'єктом тієї частини навколишньої дійсності, яка пов'язана з економікою, а також свідомі дії і стани суб'єкта, пов'язані з економікою.

Економічна свідомість — це емоційна оцінка дійсності, забезпечення економічної діяльності — попередня побудова дій і прогнозування їх наслідків, в контролі економічної поведінки і управління нею, здатність особистості орієнтуватися в навколишньому матеріальному світі, у власному житті. Таким чином, економічна свідомість — не просто образ економічної дійсності, а особлива форма психічної діяльності, яка орієнтована на відображення і перетворення економічної дійсності [60].

М. К. Бункіна і В. А. Семенов відзначають, що економічна свідомість особистості формується на основі життєвих переживань, накопиченого досвіду і подолання труднощів [35]. На їхню думку, економічна свідомість є складовою частиною індивідуальної свідомості, рівнем психічного сприйняття економічних процесів, вона формує реакцію і відповідну поведінку людини.

Враховуючи різноманітність економіко-психологічних підходів і можливостей їх застосування, **О. С. Дейнека** [39, 40] звертає увагу на феномен **економічної свідомості**, властивий суб'єкту господарської діяльності. Під економічною свідомістю, на її думку, слід розуміти системну складову свідомості, вищий рівень психічного відображення економічних відносин людиною.

Іншими словами, **економічна свідомість** — це сукупність соціальних уявлень, установок, відносин, думок суб'єкта про різні економічні об'єкти.



Більшість дослідників економічної свідомості і економічного мислення розглядає економічну свідомість як внутрішньо суперечливе, багаторівневе утворення, яке в узагальненому вигляді відображає ступінь знайомства суб'єкта з економікою і раціональне до неї ставлення [87, 88].

Економічна свідомість як провідна категорія економічної психології відображає економічні умови життя людини, її макро- і мікросередовище, визначає і регулює формально-динамічні і змістовні характеристики її соціальної поведінки в різних сферах економічного простору.

Економічна свідомість тісно пов'язана з економічною поведінкою, виступаючи як раціональна основа суб'єктивних механізмів такої поведінки. Економічна свідомість, відображаючи економічні реальності, формує економічні моделі прийняття економічних рішень. Вона пов'язане також з економічною системою, будучи її суб'єктивним фундаментом, так би мовити її «особистісною основою».

У міру розвитку суспільства економічна свідомість оновлюється. Зростання інтенсивності господарської діяльності, що відображається у свідомості, впливає на інші її компоненти: етичний, політичний, правовий, релігійний, естетичний. У економічній свідомості приховані джерела повсякденної поведінки громадян, вона детермінується свідомими імпульсами. Про цю цілком очевидну істину свідчать фінансові операції людей (вкладення і вилучення внесків, обмін валюти), що інколи носять масовий характер і спростовують припущення політиків [35].

Відображаючи соціально-економічне середовище, економічна свідомість, у першу чергу, регулює економічну поведінку людини як суб'єкта в цьому середовищі у всьому різноманітті її форм: від спрощеного пристосування до радикальної зміни соціально-економічного середовища життєдіяльності особистості і соціальної групи.

Таким чином, підводячи підсумок всього вищезазначеного, можна підкреслити, що **економічна свідомість** особистості як соціально-психологічний феномен є результатом взаємодії, з одного боку,



особистості з її численними індивідуально-психологічними характеристиками, а з іншого боку — соціально-економічного середовища з не менш численними його особливостями.

Структура економічної свідомості в узагальненому вигляді може бути представлена за допомогою схеми (див. рис.3).

Розглянемо основні форми економічної свідомості.

Традиційно виділяють три **основні форми економічної свідомості** — масова, групова й індивідуальна.

У першому вимірі економічна свідомість визначається як **масова свідомість суспільства** (або його частини) стосовно економічних питань, які мають для багатьох важливе значення і економічні наслідки. Масова економічна свідомість розглядається як особлива підсистема, у якій є специфічні механізми детермінації і відповідна відносна автономія. Але в той же час економічна свідомість — це тільки частина ширшої системи масової свідомості, яка включає ще й неекономічні компоненти. В цьому випадку економічна свідомість — лише окремий сегмент масової свідомості.

У конкретному вираженні масова економічна свідомість визначається трьома групами чинників.

По-перше, це рівень очікувань людей і оцінка ними своїх можливостей впливу на економічну систему.

По-друге, це соціально-економічні цінності великих груп людей, які складають основу їх економічного вибору (наприклад, це можуть бути такі цінності: стабільність, рівність, загальність, корисність, економічна і соціальна справедливість).

По-третє, це думки і настрої, що швидко змінюються, пов'язані з оцінками існуючого економічного стану в країні, регіоні і на окремому підприємстві.

Масова економічна свідомість обумовлює більш типові масові варіанти поведінки.

У іншому вимірі економічна свідомість розглядається як групова, тобто узагальнена свідомість більш організованих конкретних груп людей, наприклад, соціальних класів, певних верств населення.

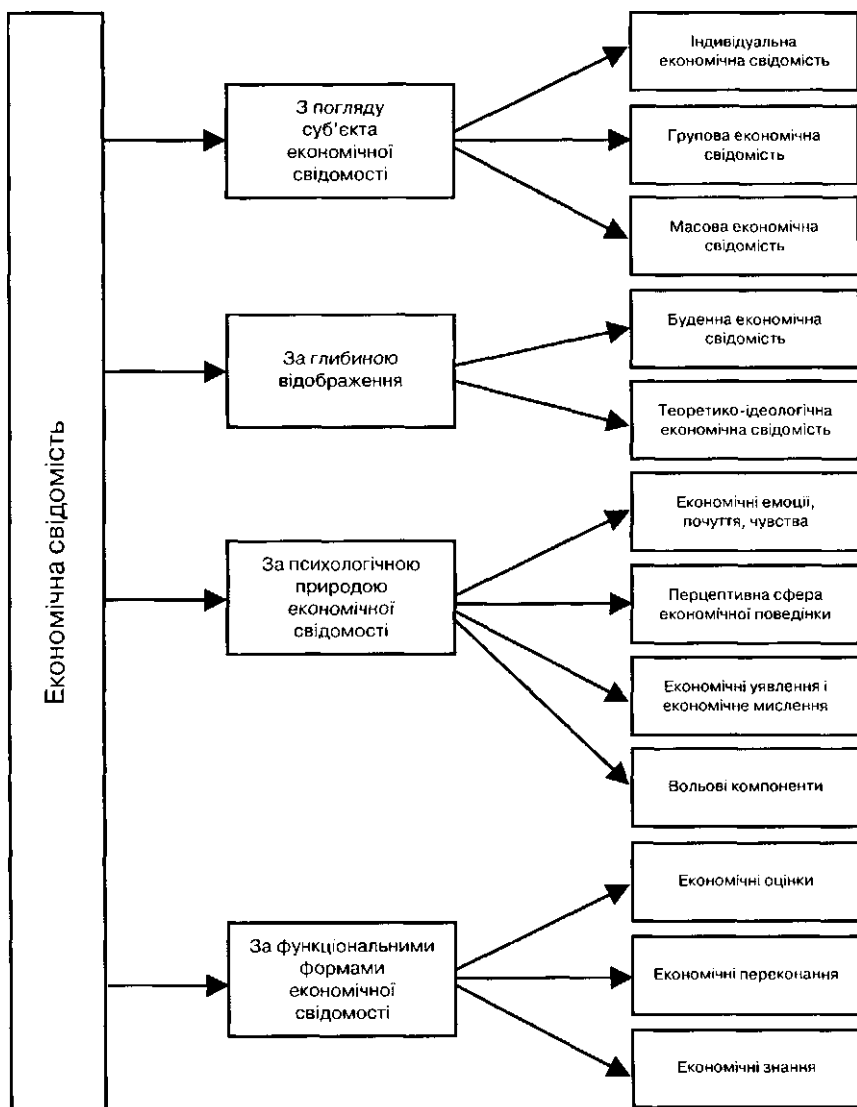


Рис. 3 Структура економічної свідомості

Групова економічна свідомість розглядається як сукупність думок і уявлень, які визначають основне значення і напрям економічної активності цієї групи.

У третьому, **індивідуальному вимірі**, економічна свідомість розглядається як особлива якість окремої особистості, яка в змозі певним чином сприймати економічну ситуацію, більш-менш точно її оцінювати і відносно цілеспрямовано діяти. Вона є такою функцією людської психіки, суть якої полягає у творчому перетворенні зовнішнього економічного світу, у зв'язку з враженнями, які постійно надходять, з попереднім досвідом, у виділенні себе із зовнішнього світу і протиставленні йому як суб'єкта об'єктові. Тут найбільшу зацікавленість викликають суб'єктивні психологічні особливості, типові характеристики, структурні компоненти свідомості і поведінки особистості в економіці. Велике значення має також вивчення процесів формування індивідуальної економічної свідомості, способів оволодіння і засвоєння різних групових варіантів економічної свідомості [60].

О. С. Дейнека [39, 40] виділяє такі **структурні компоненти економічної свідомості**:

1. **Економічні емоції і відчуття**, які в свою чергу можна підрозділити на:

- **практичні емоції** (задоволення результатами і процесом праці);
- **акизитивні емоції** забарвлюють процес придбання, колекціонування, заготівлі);
- **гностичні емоції** (пов'язані з пізнанням);
- **глоричні емоції** (прагнення визнання і шану);
- **пугнічні емоції** (бажання подолати небезпеку, відчуття азарту, ризик);
- **альтруїстичні емоції** — це безкорисливе бажання приносити іншим людям радість і щастя, відчуття занепокоєння і турботу про когось, співпереживання, ніжність, відданість;
- **естетичні емоції** обслуговують потребу в прекрасному, насолоді красою, гармонією;



- **емоції гедонізму** виражають потребу в тілесному і душевному комфорті;
- **комунікативні емоції і відчуття** — бажання спілкуватися;
- **романтичні емоції**— це очікування незвичайного, дива, вабляче відчуття далини, прагнення до незвіданого, таємничого.

Детальніше всі види емоцій були нами розглянуті в розділі 2.1.

2. Перцептивна сфера економічної поведінки (дослідження сприйняття грошей, ставлення до речей, товарів, послуг, неусвідомлювана перцепція в рамках маркетингової гілки економічної психології — психологія споживача, реклами, методів продажу товарів).

3. Економічні уявлення і економічне мислення. Економічні уявлення — це уявлення про те, як функціонує економіка, як створюється суб'єктивний економічний образ: здатність людини або соціальної групи відображати, розуміти економічні явища, пізнавати їх суть, засвоювати і зіставляти економічні поняття, категорії, теорії з вимогами економічних законів, з об'єктивною реальністю і на основі цього будувати власну економічну діяльність [60].

Іншими словами, **економічні уявлення** є відрефлексованими у свідомості особистісними формами знань про економічні об'єкти, формами індивідуального колишнього досвіду економічної поведінки, які здійснюють вплив на реальну економічну поведінку працівників у організації. Фактично економічні уявлення особистості є таким соціально-психологічним утворенням, у якому інтегруються результати рефлексії соціально-економічного середовища життєдіяльності особистості, опосередковані індивідуально-психологічними її характеристиками.

Поняття **«економічне мислення»** є одним з основних в економічній психології. Його не можна ототожнювати з «ринковим мисленням», адже в цьому випадку ігноруються, принаймні, два інші найважливіших напрямки менеджменту в економіці: традиційний, пов'язаний з боротьбою за виживання, і командний, пов'язаний з державно-адміністративним управлінням економікою. До цього ж висновку приходять відомий фінансовий діяч і пропагандист

Джорж Сорос, який вважає, «що одним з найбільших недоліків системи світового капіталізму є той факт, що вона дозволила ринковому механізму і мотиву отримання прибутку проникнути у всі сфери діяльності, навіть туди, де їм по суті немає місця». Сам ринковий фундаменталізм Сорос характеризує як «наївний і нелогічний». Навіть якщо відкласти убік більш істотні моральні і етичні питання і сконцентруватися на економічних проблемах, ідеологія ринкового фундаменталізму і тут виявляється «глибоко й безнадійно помилковою».

Позбавлений шор, які надягають на себе ринкові фундаменталісти, Дж. Сорос ясно бачить, що ринкові сили, якщо їм надати повну владу, навіть у чисто економічних і фінансових питаннях, викликають хаос і зрештою можуть призвести до падіння світової системи капіталізму. Він пояснює це тим, що сама капіталістична система не демонструє тенденції до рівноваги, власники капіталу прагнуть збільшити свої прибутки. Надані самі собі, вони продовжуватимуть акумулювати капітал до тих пір, поки ситуація не втратить рівноваги. К. Маркс і Ф. Енгельс 150 років тому дали дуже добрий аналіз капіталістичної системи, який, на думку Дж. Сороса, багато в чому навіть кращий, ніж теорія рівноваги класичної економічної науки.

Л. С. Виготський підкреслював, що не можна приписувати мисленню як такому магічної сили, що визначає поведінку людей [36]. Мислення тільки озброює потребу знаннями про засоби задоволення, але спонукається поведінка все-таки потребою. Те, що людині потрібно, те, про що вона мріє, на що сподівається — все найголовніше зумовлене рівнем розвитку потреб. Ставлення до праці є результатом, функцією процесу розвитку потреб.

Важко не погодитися з висновком Сороса про те, що в даний час масштаб впливу економічної теорії вийшов за рамки, які повинні визначатися постулатами аксіоматичної системи. Теорія перестала бути просто теорією. Ринкові фундаменталісти трансформували аксіоматичну, нейтральну по відношенню до людських цінностей теорію в ідеологію, яка справляла і продовжує справляти могутній і небезпечний вплив на поведінку людей в політиці і бізнесі.

Видатний англійський економіст і державний діяч **Дж. Кейнс** [50], один з засновників макроекономіки післявоєнних фінансових відносин також застерігав від надмірного захоплення абстрагуванням при використуванні такого ключового поняття як «економічне мислення». Не випадково це захоплення завело в безвихідь відомого в Росії пропагандиста економічної теорії **Пола Хейне** [93].

Пол Хейне порівнює механізм роботи вільного ринку з їздою по швидкісному шосе, на якому автомобілісти приймають автономні рішення, нічого не знаючи про цілі і наміри один одного, проте діють на диво злагоджено. Ця алегорія покликана показати, що люди найефективніше діють, коли керуються міркуваннями особистої вигоди і їм не заважає зовнішнє регулювання. Автора захоплює факт співпраці шляхом взаємного пристосування, яке дозволяє автомобілістам переміщатися з одного боку шосе на інший «швидко і безперервно, і набагато ефективніше, ніж якби хтось при виїзді на автостраду видавав квитки, що вказували б автомобілям займати певний ряд» [93].

Картина, намальована П. Хейне, якнайкраще розкриває сутність економічного образу мислення маржиналістів. Він полягає у принциповому абстрагуванні від будь-яких неринкових суспільних відносин і тим самим приписуванні всього ефекту, що досягається суспільними системами, тільки ринковим відносинам. Всупереч правильній характеристиці ринкового вибору, як окремого випадку вибору взагалі, повсякденно здійснюваного людьми у всіх сферах своєї діяльності, теоретики ринку зображають його як єдину і всепроникаючу форму вибору. Наприклад, П. Хейне стверджує, що «всі суспільні взаємодії можна трактувати як ринкові процеси», демонструючи тим самим зневагу не лише до фактів неринкової економіки, але й до законів логіки, згідно якими, з того, що існує ринковий спосіб вибору, на чому «перш за все економічна теорія фокусує увагу», зовсім не витікає, що будь-який вибір люди здійснюють у той же спосіб, що й ринковий.

Узагальнюючи все вищесказане, можна зробити висновок про те, що економічне мислення — це система поглядів людини на

закономірності економічного розвитку, суть економічних явищ і причини їх виникнення.

Економічне мислення — це структурний компонент мислення взагалі. Визначальним чинником змісту економічного мислення є характер існуючих відносин власності, місце людини в суспільному розподілі праці, рівень її освіти. Найважливішим елементом економічного мислення є вміння знаходити оптимальні рішення для збільшення економічної ефективності окремого підприємства, галузі народного господарства.

Правильне економічне мислення забезпечує раціональне управління діями людини на робочому місці, в масштабі підприємства.

Економічне мислення буває:

- **шаблонним**, коли рішення ухвалюється за звичкою, на рівні здорового глузду;
- **творчим**, яке характеризується знаходженням нових методів рішення задач і досягнення цілей.

Зрілість економічної свідомості передбачає домінування співпраці серед численних форм прояву співвідношення «вигода для себе — вигода для інших». Співпраця (вигідно обом партнерам) ефективніша, більш творча, ніж змагальність (вигода собі за рахунок інших), індивідуалізм (вигідно тільки собі), альтруїзм (вигідно тільки іншому) і тим більше мучеництво (вигідно іншому на шкоду), мазохізм (тільки на шкоду собі), садизм (шкода іншому), садомазохізм (шкода собі й іншому).

У багатьох економічних ситуаціях потрібна швидше спільна, кооперативна поведінка, ніж дії, направлені на негайну особисту вигоду. Навіть в умовах активної конкуренції договір вигідніший частіше, ніж боротьба. В області економіки максимізація коефіцієнту віддачі досягається шляхом включення результатів справи для інших у власні інтереси, а економічний егоїзм зрештою виявляється неефективним.

4. Вольові компоненти економічної свідомості — це економічні норми, економічний інтерес, економічний вчинок, економічна діяльність.



Економічні норми не виділялися до недавнього часу в самостійний вид соціальних норм (стандартів поведінки, що регламентують відносини між людьми). Проте в цьому виникла необхідність, тому що вони можуть і стимулювати, і гальмувати активну економічну поведінку, заповзятливість.

Економічні норми, як правило, закріплюються юридично, набуваючи статусу правових норм, і наділяються відповідними засобами контролю (санкціями) у разі їх не дотримання.

Економічний інтерес розвивається на основі мотиву, але під регулярним впливом норм. Якщо розглядати власність як певну форму влади економічних благ над людиною, то **економічний інтерес** — це форма дії влади власника на волю суб'єкта господарювання і джерело господарської діяльності.

Економічні інтереси визначаються місцем людей в економічній системі. Економічні інтереси є формою прояву відповідних видів потреб, усвідомлення їх окремою людиною, трудовим колективом або суспільством. Кожен суб'єкт економічних відносин виступає носієм конкретного економічного інтересу.

Скільки суб'єктів економічних відносин, стільки й економічних інтересів. Найчастіше виділяють індивідуальний, колективний і суспільний інтерес.

Індивідуальний економічний інтерес виражає необхідність задоволення різноманітних потреб окремої людини; **колективний** — вимоги трудового колективу; **суспільний** — сукупних потреб суспільства.

Кожна людина одночасно є носієм різних економічних інтересів, оскільки вона виступає в різних іпостасях: по-перше, як індивід; по-друге, як представник певної частини суспільства; по-третє, як член певного трудового колективу.

Суспільний і колективний інтереси персоніфікуються тільки в індивіді [60].

Економічні інтереси можна класифікувати за допомогою різних критеріїв. За ознакою важливості виділяють головні і другорядні, за тимчасовій ознакою — поточні і перспективні, за об'єктом інтересів — майнові, фінансові, інтелектуальні; за ступенем усвідомлення — реальні і помилкові.

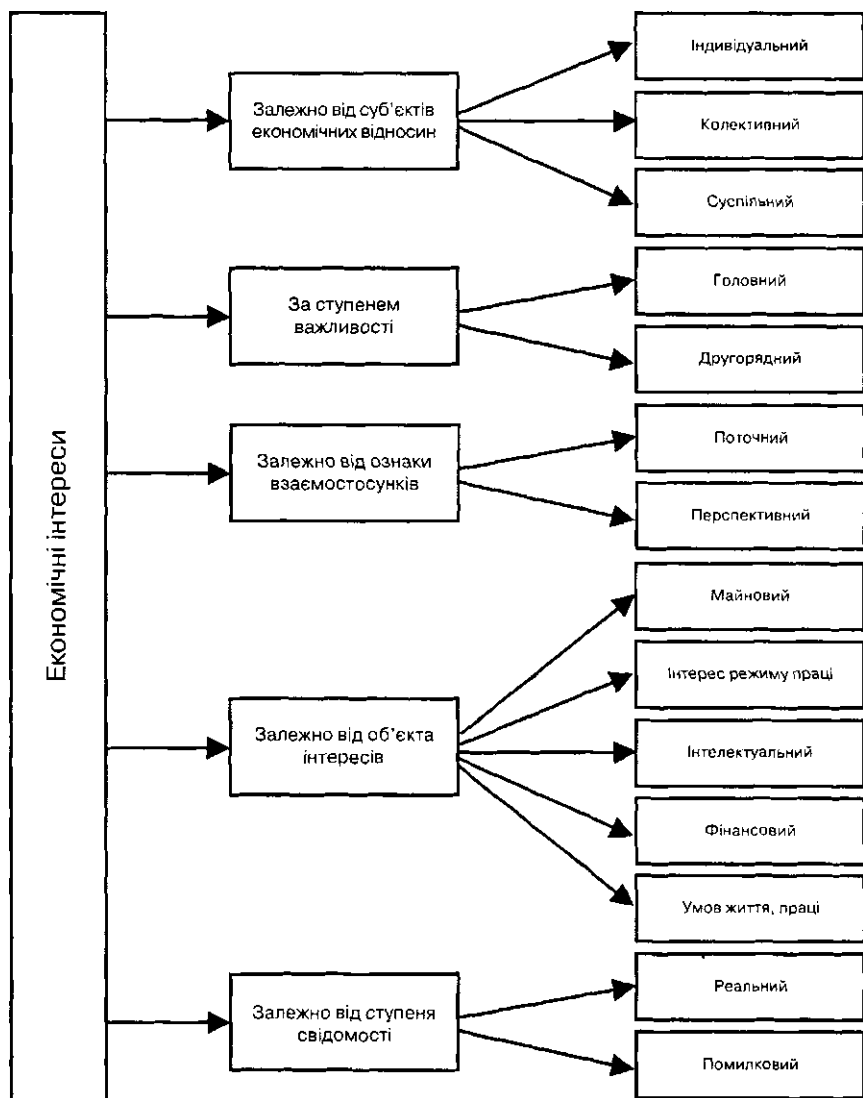


Рис. 4 Класифікація економічних інтересів



В узагальненому вигляді класифікація економічних інтересів представлена на рис. 4.

Реалізація економічних інтересів здійснюється через досягнення суб'єктами конкретних економічних цілей. Так, реалізація індивідуальних інтересів забезпечується шляхом зростання індивідуальних доходів. Засобом реалізації колективних інтересів виступає максимізація прибутку і фонду заробітної платні. І, нарешті, засіб реалізації суспільного інтересу — максимізація національного доходу і мінімізація фонду відшкодування створеного суспільного продукту.

Економічний вчинок — це особистісна форма економічної поведінки. Економічний вчинок включає творчий акт вибору цілей і засобів економічної поведінки.

Економічна діяльність — це активна взаємодія з економічною системою, в ході якої людина виступає як суб'єкт, котрий цілеспрямовано впливає на об'єкт і таким чином задовольняє свої економічні потреби.

Економічна діяльність є, крім того, сукупністю соціально-економічних і організаційно-виробничих зв'язків між господарюючими суб'єктами в процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ, послуг і доходів [60].

На думку **Є. С. Шибанової** і **В. А. Хашенко** [94], як провідні компоненти економічної свідомості виступають:

- 1) Уявлення людини про себе як про економічного суб'єкта (суб'єктивний економічний статус, економічна самоідентифікація, економічні запити, уявлення про можливості підвищення доходів, самооцінка ділової успішності);
- 2) Уявлення про багатство (суб'єктивне економічне благополуччя, суб'єктивна шкала доходів);
- 3) Ставлення до багатих і бідних людей;
- 4) Ставлення до грошей (уявлення про функцію грошей в житті, потребу в грошах);
- 5) Ставлення особистості до власності (ступінь бажання бути власником);

- 6) Ставлення до конкуренції (психологічна готовність до змагання з іншими людьми);
- 7) Соціальні установки особистості на різні форми економічної поведінки (споживацька, зошаджуюча, підприємницька, інвестиційна, благодійна);
- 8) Орієнтація людини на економічні цінності.

Для остаточного визначення суті економічної свідомості зупинимося на **механізмах її функціонування**.

Основним механізмом функціонування економічної свідомості є активне відображення навколишньої дійсності. Осмислення забезпечує не тільки пасивне, дзеркальне відображення, але й гарантує відображення, що перетворює цю дійсність відповідно до потреб і інтересів суб'єкта.

Економічна свідомість функціонує в системі прямих і зворотних зв'язків з навколишньою дійсністю.

Прямі зв'язки забезпечують отримання адекватної економічної інформації.

Зворотні дають можливість діяти, спираючись на ці дані. Відображення є основою поведінки, результати якої забезпечують подальше відображення реальності, що змінилася. Реальність, яка відображається (прямі зв'язки), забезпечує її активне перетворення (зворотні зв'язки), яке знову відображається для подальшого перетворення.

Основними **функціональними формами актуалізованої економічної свідомості** можна вважати знання, оцінки і переконання.

Знання — це суто когнітивний продукт економічної свідомості — засвоєна суб'єктом ззовні або самостійно вироблена економічна інформація. Економічні знання передбачають збереження в пам'яті засвоєного матеріалу для того, щоб застосовувати його на практиці в реальних економічних ситуаціях, а також для набуття нових економічних знань.

Економічні оцінки — це результат співвідношення поточної економічної інформації з попереднім досвідом, збагачений емоційним відношенням відповідно до значимості для суб'єкта отриманої інформації.

Економічні переконання -це стійка, систематизована система поглядів, яка виступає як економічний світогляд суб'єкта. Формування таких переконань спирається на глибокі знання і оцінки економічних явищ, але вони не переходять в переконання автоматично, а виробляються на основі економічного досвіду людини в результаті економічної діяльності [60].

Економічні переконання, що стали мотивами поведінки людини, визначають її ставлення до економічної сфери діяльності.

Висновки

1. Економічна свідомість — це внутрішньо суперечливе, багаторівневе утворення, яке в узагальненому вигляді відображає ступінь знайомства суб'єкта з економікою і раціональне до неї ставлення.

Економічна свідомість — це системна складова свідомості, вищий рівень психічного відображення людиною економічних феноменів.

Виділяють такі структурні компоненти економічної свідомості:

- економічні емоції і відчуття, що забарвлюють процес придбання, колекціонування, заготівлі, які в свою чергу можна поділити на: праксичні емоції (задоволення результатами і процесом праці); гностичні емоції (пов'язані з пізнанням); глоричні емоції (прагнення визнання і шани); пугнічні емоції (бажання подолати небезпеку, відчуття азарт, ризик); альтруїстичні або егоїстичні емоції при обміні і розподілі і т. д.;
- перцептивна сфера економічної поведінки (дослідження сприйняття грошей, ставлення до речей, товарів, послуг, неусвідомлювана перцепція в рамках маркетингової гілки економічної психології — психологія споживача, реклами, методів продажу товарів);
- економічні уявлення і економічне мислення;
- вольові компоненти економічної свідомості

3. Основними функціональними формами актуалізованої економічної свідомості можна вважати знання, оцінки і переконання.

Контрольні запитання

1. *Що таке економічна свідомість ?*
2. *Які основні форми економічної свідомості вам відомі?*
3. *Які види економічних емоцій вам відомі?*
4. *Назвіть і охарактеризуйте основні структурні компоненти економічної свідомості.*
5. *Що таке економічний інтерес? Які види економічних інтересів вам відомі?*
6. *Який механізм функціонування економічної свідомості?*
7. *Які основні функціональні форми актуалізованої економічної свідомості?*



3.2 Ставлення людей до власності.

Психологія інтелектуальної власності

У вітчизняній економічній психології ще на початку 80-х років ХХ століття **А.І. Кітовим** була поставлена проблема відносин власності [52].

Існування економічних відносин власності не треба доводити. Вони просто існують. Скрізь, де людина використовує ту чи іншу річ виключно в своїх інтересах, а люди, що її оточують, не хочуть або не можуть з будь-якої причини зажадати від неї, щоб ця річ використовувалася спільно або винятково на користь інших осіб, присутнє економічне відношення власності.

Власність як об'єктивна реальність, відображаючись в свідомості людей, набуває значення найважливішої детермінанти соціальної поведінки як окремої людини, так і великих груп людей.

Термін «власність» позначає два несхожі поняття:

- **власність в економічному значенні**, або власність сіе їасіо (лат. на ділі, фактично);
- **власність в юридичному значенні**, або власність сіе]иге (лат. юридично, по праву).

Якщо ми спробуємо анатомувати економічні відносини власності, то знайдемо два їх складових елементи: суб'єкт (власник) і якесь майно. Може здатися, що власність виражає ставлення суб'єкта до певної речі. Адже власник, наприклад, говорить: «Ця машина моя».

Проте в цьому випадку звучить не тільки пряме твердження про те, кому належить машина. Побічно міститься також заперечення власності інших осіб, ніхто не може привласнити дану річ. Тому економічні відносини власності правильніше представити у вигляді розгорнутої формули: суб'єкт (власник) — майно — інші суб'єкти (не власники або тимчасові власники майна).



Економічний власник — це фактичний власник, особистість, що фактично використовує благо в своїх інтересах, на відміну від **юридичного власника**, який володіє правом його використання в своїх інтересах, але не хоче, не вміє або не може це право реалізувати. Так, наприклад, фактичним власником грошей, вкладених в «МММ», був Мавроді, тоді як згідно з законом їх власниками були вкладники.

Якщо у вас викрали автомобіль, то ви залишаєтеся по праву його власником. Але його економічним власником є той, хто використовує його в своїх інтересах, це логіка економічного мислення.

Сучасне зведення проблем власності лише до господарської діяльності ще більше обідняє зміст категорії «власність», оскільки суспільне відношення, що позначається цим терміном, складається не тільки у процесі господарювання в сучасному розумінні цього слова.

У реальному житті економічні відносини між людьми, названі *власністю*, складаються в будь-якому процесі суспільного привласнення благ, далеко не лише господарському. Причому основні відносини власності — відносини з приводу природних ресурсів — складаються, як правило, зовсім не в процесі господарювання. Вони складаються у процесі мирного освоєння вільних просторів або силового захоплення зайнятих територій.

Очевидно, що якщо феномен власності вивчати тільки на прикладах процесів господарювання, то найголовніші запитання залишаються за межами аналізу. Це такі запитання: *як виникають власники факторів виробництва і як складаються форми власності на них?*

Історична практика і економічна наука дають абсолютно зрозумілі відповіді на ці запитання. При цьому науковий аналіз історичної економічної дійсності показує, що відносини *володіння і користування* — це далеко не лише атрибути права власності. Це, перш за все економічні відносини, що мають з власністю спільну основу — спосіб привласнення. Цей факт вимагає виділення відносин власності, володіння і користування в окрему групу **економічних** відносин із загальною назвою, наприклад, «відносини приналежності» або «відносини привласнення».

Право використання категорії «власність» в наукових роботах повинне належати і філософам, і психологам, і економістам. Дуже актуальний і на сьогодні вислів В. Соловйова, який ще в кінці XIX століття усвідомив цю закономірність: «Всі гострі питання економічного життя тісно пов'язані з поняттям власності, яке, проте, саме по собі більше належить до області права, моральності і психології, ніж до області відносин господарських. Вже ця обставина яскраво демонструє, наскільки помилкове прагнення відособити економічні явища в абсолютно самостійну сферу». Останнє попередження успішно було проігнороване радянською економічною наукою, що, перш за все, негативно позначилося на ній самій.

Враховуючи все це, ми спробуємо показати проблеми власності і власників, вирішення яких сьогодні неможливе без залучення економічного мислення.

Загальновідоме визначення власності як ідеального продовження особистості в речах або її перенесення на речі. Особливо випукло цей момент виступає у так званій інтелектуальній власності, яка є, перш за все, твором людського розуму, проявом унікальних здібностей індивідууму, продуктом його самовираження і самоактуалізації.

Те, що власність і особистість часто невіддільні один від одного, підтверджує й етимологічний аналіз першого поняття. Так, слово власність (рос. собственность) походить від старослов'янського «собьство» в значенні «особливість, особистість». За значенням це слово близьке терміну «персона», який за старих часів характеризував, перш за все, авторитетну, поважну людину: «важлива персона», «відома персона». У даному слові «звучать» індивідуалістичні, особистісні відтінки, оскільки воно утворене на базі спільнослов'янської применниково — відмінкової форми «про себе» — «для себе», а в староруській мові ця ж форма означала «окремо, сам собою». Таким чином, можна цілком певно сказати, що слово «власність» своїм корінням сходить до поняття особистість, як окремої людини, існуючої «в собі і для себе».



Тому, що власність є ніби продовженням особистості в зовнішньому світі, є немало різних підтверджень. Чимало з них можна звести до очевидної переваги: наявність власності на нейтральній або навіть чужій території, тобто розширення «зон власності», дозволяє особистості відчувати себе в таких зонах комфортно, незалежно від інших, упевнено. В той же час, будь-які посягання на власність так чи інакше зачіпають саму особистість, і якщо дані дії позбавляють «частинки мене», це завжди сприймається як утиск прав особистості.

У тому, що власність пов'язана з індивідуалістичними устремліннями людини, можна переконатися на простому прикладі: будь-яка дитина починає засвоювати поняття «моє» з першими проблісками формування самосвідомості. У той період, коли «новоявлена» особистість починає відходити від диктату дорослих і зовнішніх обставин, все частіше реагуючи на їхні дії за принципом «я сам», вона починає не тільки захищати власне майно, але прагне «захопити» речі і предмети, що належать іншим.

Самосвідомість дитини, що зароджується в трирічному віці, поза всяким сумнівом, включає і виникнення відчуття власності. **С. Л. Рубінштейн** писав: «У певному значенні і ми можемо, звичайно, сказати, що важко провести грань між тим, що людина називає самим собою, і дечим з того, що вона вважає своїм. Те, що людина вважає своїм, значною мірою визначає і те, чим вона сама є».

На додаток до вищенаведеного, треба зазначити, що визначення *власність* нерідко інтерпретується як ставлення людини до речі і людини до людини в процесі ставлення до речі. Таке пояснення особливо значуще з точки зору економічної психології як науки, оскільки за більшістю взаємодій людей, що реалізують різні економічні ролі, приховується власність.

Економічна поведінка — це поведінка, в основі якої лежать різного роду дії, операції і прийоми, доцільність і значущість більшості з яких зумовлюється ефективністю використання (придбання, продажу, виробництва, обміну і т. п.) *об'єктів власності*.



У сучасній вітчизняній думці виділяється лише два аспекти (дві сторони) в змісті (суті) відносин власності: економічний і правовий.

Економічний зміст відносин власності — це ставлення когось (суб'єкта) до об'єктів власності як до своїх. Головними ознаками таких відносин є: придбання, привласнення, а у результаті — володіння. Тобто на першому плані тут об'єкт власності, його рух (капітал), на другому — суб'єкт, власник.

Правовий підхід до аналізу змісту відносин власності доповнює, розширює економічний. Він включає:

- 1) право на володіння (юридичне закріплення придбаного, тобто економічний зміст власності);
- 2) право на розпорядження, управління;
- 3) право на користування (наприклад, оренда);
- 4) право на споживання (тобто отримання частки прибутку від використання власності).

При даному підході, як ми бачимо, на першому плані вже суб'єкт власності, а на другому — об'єкт.

Цими двома підходами, як правило, і обмежується вітчизняна наука і практика.

З позицій класичної методології у відносинах власності при їх аналізі на першому місці правомірно виступає **речовинний (об'єктний)** носій цих відносин, а **суб'єкт (власник)** — на другому плані (пригадаємо показники в тоннах, літрах, кубометрах при оцінці ефективності «соціалістичної економіки»). Звідси і примат «економічного підходу» в такому аналізі. Бракує психолого-економічного або економіко-психологічного [64, 34, 85].

У контексті некласичної, релятивістської, суб'єктної методології, разом з об'єктом, нарівні з ним виступає суб'єкт і зв'язки між ними, а також варіанти їх розвитку. При цьому економічний аспект аналізу закріплюється юридично. Але цим не обмежується аналіз некласичної парадигми таких відносин. В умовах відкритої системи вони різко ускладнюються, стають важко прогнозованими, з релятивістськими параметрами, які обумовлені збільшеною суб'єктністю



(що не тотожне суб'єктивності) цих відносин. Суб'єкт — це людина, а її суть багатогранна і маловивчена. І відносини власності повинні бути ідентичними суті людини. Інакше критерії їх розвитку — створення ефективних власників — господарів у суспільстві — буде слабко, недостатньо спрацьовувати. І тут вже ні економічного, ні правового, ні разом узятих підходів явно не вистачає.

Сьогодні зі всією очевидністю (за наслідками приватизації) в одному ряду з економічним і правовим змістом відносин власності повинна виявлятися і враховуватися економіко-психологічна їх компонента. А звідси — відповідні методи аналізу, тобто в контексті економічної психології.

На підтвердження значущості такого підходу можна в першому наближенні послатися на одну психосемантичну особливість нашого часу, а саме: слова «шок», «стрес», «паніка», «криза довіри», «тривога», «неврози», «психічна втомленість» і т. д. не сходять із сторінок преси. Ці явища виступають детермінантами в мотивації економічної поведінки банкірів, кредиторів, вкладників.

З погляду національної економічної психології, з урахуванням ментальності того або іншого соціуму, прогрес будь-якого суспільства забезпечується рівнем сформованості економічного мислення тих, хто вступає у відносини обміну. Іншими словами, саме модель відносин власності визначає якість життя населення і соціально-економічний прогрес держави.

Розглянемо сказане вище в історичному ретроспективному аналізі відносин **трансформації власності**.

1. Високо розвинуті країни світу ще в 60-і роки дійшли висновку, що система «господар — наймані робітники» переживає кризу і заходить в безвихідь. Реакцією на це став пошук нових моделей відносин власності.

2. Перш ніж приступити до трансформації відносин власності, в 60-і роки в країнах з високо розвинутою економікою (яка проте входила в кризу) був здійснений перехід до нового *субстрату ринкової системи господарювання*. Якщо раніше таким субстратом був

товар (пригадаємо «Капітал» К. Маркса), де ним виступала і робоча сила, то *тепер головним і вихідним системоутворюючим елементом стає людина, людський ресурс*. Звідси поява концепції «людських відносин». Звідси зміна пріоритетів в інвестиціях. Так, якщо в 20-і роки в США сукупний упереджений капітал більш ніж удвічі перевищував накопичений «людський капітал», то через 50 років вони зрівнялися за вартістю. Зараз інвестиції в «людський капітал» у США зрівнялися з інвестиціями в будівлі, споруди, машини, устаткування, товарно-матеріальні запаси [103].

Але, мабуть, перевершила всіх у цій справі Японія. Відоме японське «економічне диво» 60-х років було багато в чому досягнуте завдяки опорі на трьох «китів»: людські здібності і їх розвиток; знання і їх оновлення і *ентузіазм* як духовний мотив економічної поведінки.

3. Зміна субстрату системи ринкового господарювання викликала розвиток відносин власності по спіралі (або зміні циклів) у напрямі «деперсоналізації крупної приватної власності», формування «інтегральних економічних власників» [55] або приватнокорпоративних, колективних власників.

З цими цілями «передовими країнами» була створена програма Е80Р. Суть її можна виразити двома вирішуваними економіко-правовими задачами:

- 1) розширення числа власників (економічна демократизація) з елементами деприватизації;
- 2) формування структур: «надкорпорація — мікробізнес» або дроблення під одним дахом надкорпорації на відносно самостійні в економіко-правовому статусі фірми (на принципах середнього і малого бізнесу).

Грунтуючись на висновках учених, що аналізують результати роботи за програмою Е80Р (П. Дракера, Дж. Куна, Д. Шрівера, Н. Штера і ін.), додамо, що при цьому розв'язувалася третя задача — змінити з мінуса на плюс значення головного мотиву економічної поведінки, тобто *подолати відчуження найнятого робітника від власності господаря, зробити його господарем, співучасником управління нею*.

Розуміння подвійного характеру праці привело до трансформації відносин власності в країнах Західної Європи, США і Японії.

Для сучасної економічної психології першорядне значення мають відповіді на два питання.

Перше: за яких умов об'єктивно складаються економічні відносини власності, а за яких — відносини володіння і користування?

Друге: під впливом яких чинників змінюються форми власності (а також форми володіння і користування)? Чи є вони результатом волі центральної влади, інших суб'єктивних чинників? Або за ними стоять чинники, не залежні від свідомості і волі окремих людей і суспільних груп?

Від відповіді на останнє питання головним чином залежить стратегічна результативність економічної політики. Якщо власність — лише право, то форми власності можна встановлювати будь-які по волі державної влади: приватну або суспільну, акціонерну або колективну, соціалістичну або капіталістичну. Якщо ж власність — економічні відносини, то форми власності є, перш за все, результатом дії якихось чинників, на які влада повинна зважати, щоб не намагатися досягти неможливого. Завданням економічної психології у такому разі є з'ясування того, які ці чинники і які саме форми власності (а також володіння і користування) їм відповідають.

Марксистська політична економія значною мірою, хоча ще далеко не настільки, щоб задовольнити практику, розкрила зміст основного чинника, що формує відносини власності. Називається він способом виробництва і обміну, або способом привласнення. При цьому під привласненням розуміються будь-які процеси набуття матеріальних благ: виробництво, господарювання, освоєння природних ресурсів, а також їх насильницьке захоплення одними людьми у інших. Для класиків марксизму це було настільки зрозуміло, що Енгельс одного з своїх сучасників, який не знав, «що відносини власності кожної епохи є необхідним результатом властивого цій епосі способу виробництва і обміну» назвав «одним з найнеосвіченіших людей цього сторіччя».

Через півтора століття ця характеристика ще більш підходить тим теоретикам і політикам, які не розуміють залежності форм власності від способів виробництва.

Приватизація в сучасній вітчизняній економіці об'єктивно не могла призвести до очікуваного «звільнення» суб'єктів господарювання від державного впливу, а надії на повну «самостійність» спочатку носили ілюзорний характер. Проблема полягає не у штучному розмноженні форм і видів недержавної власності, а в організації науково обгрунтованої взаємодії повного (держави) і неповних власників при вдосконаленні механізмів контролю з боку конституюючого власника, тобто громадянського суспільства.

Метаморфози форм і видів власності повинні визрівати об'єктивно, відповідаючи безпосередньо суспільним інститутам привласнення, і лише в цьому випадку перехід кількісних змін в якісні повинен фіксуватися державою шляхом створення адекватних цивільно-правових норм. У інформаційному суспільстві рівень технічної оснащеності і інформаційного забезпечення кожної особистості не дозволить державі бути поза суспільним і особовим контролем, а самі функції держави зазнають якісних змін.

Власність як категорія не випадково дійсно повинна бути базовою як в економічній психології, так і в економічній теорії, хоча в зарубіжних дослідженнях, перш за все австрійських, у боротьбі з теорією трудової вартості К. Маркса маржиналісти намагалися базовою категорією зробити поведінку споживача.

Механізм виникнення і субординації економічних відносин власності, володіння і користування полягає в наступному. Спочатку деякою групою людей захоплюються (мирно або силовим шляхом) природні ресурси на певній території і надалі охороняються від їх захоплення іншими групами. **В** результаті *ця група як суб'єкт привласнення ресурсів* за допомогою їх захоплення і охорони по відношенню до інших груп стає фактичним власником ресурсів, що фіксується і закріплюється правом.



Потім на захопленій території окремі особи або групи осіб здійснюють господарську діяльність. Зрозуміло, це може відбуватися тільки з відома власника і на умові задоволення певних інтересів власника. Тим самим *суб'єкти використання природних ресурсів, що вже є чиясь власністю, не можуть бути їх суверенними власниками*. Вони можуть бути тільки власниками другого сорту, обмеженими власниками, яких в економічній практиці прийнято називати володільцями. Відповідно, відношення між володільцем і власником називають володінням. Якщо величина ресурсів, захоплених власником, дозволяє передати їх для використання декільком особам, то між самими володільцями з приводу використовуваних ресурсів складаються відносини, близькі до відносин власності, аж до взаємної торгівлі ресурсами. Але це тільки квазівласність, оскільки можливості володільців обмежені правами, встановленими власником.

Нарешті, ресурси, що знаходяться у власності суб'єкта первинного привласнення (за допомогою захоплення) і вторинного привласнення (за допомогою господарювання), в тій мірі, в якій вони непридатні або зайві для господарювання, можуть бути придатні для задоволення людьми особистих потреб в життєвих засобах або організації дозвілля. Такими є гриби і ягода, риба і звірі, інші дари природи, а також житло, яке люди не в змозі купити у їх власника, але який, у свою чергу, потребує робочої сили для здійснення свого процесу господарювання. В результаті між власниками або володільцями благ, з одного боку, і людьми, які користуються ними у порядку задоволення особистих потреб, з іншого, складаються відносини користування. При цьому користувачі по відношенню один до одного виступають як власники об'єктів користування. Вони можуть торгувати зібраними дарами природи, здавати в наймання житло, отримане від власника в своє користування, якщо, звичайно, це не суперечить інтересам цього власника.

Якщо не знати всіх цих фактів або ігнорувати їх, абстрагуватися від них, то не заплутатися в цій складній системі відносин привласнення і не примітивізувати їх неможливо. Саме результатом

такої примітивізації є різноманітні спроби економічних психологів як центральну і базову категорію розглядати економічну поведінку, криві байдужості, ефективний попит, грошовий кредитні відносини, стимулювання інвестицій, раціональні очікування, саморегульовані господарства, інституційні відносини і т. д.

Трансформація відносин власності має своє цікаве, а для України і Росії перспективне значення. На зміну приватній і колективній формам власності приходить *особиста власність*. Що це за форма власності? За узагальненнями В. Л.Іноземцева, вона «характеризується перш за все сполученістю працівника із засобами праці і винесенням економічних відносин за рамки безпосереднього процесу виробництва» [43].

Але це стало можливим у постіндустріальному, інформаційному, «постекономічному» суспільстві, в результаті «соціогосподарської трансформації».

Особиста власність — це власність на знання і інформацію людини, відокремленої від участі в процесі виробництва. Через автоматизацію останнього, він його обслуговує інтелектом.

При цьому важливо підкреслити особливість еволюційного підходу від E80P моделі до нової — «особистої власності». Відзначимо основні принципи цієї трансформації:

- загострення дихотомії між приватною і особистою власністю на фоні зростання значення і ролі її колективних форм,
- власність виникає як особиста, а власність колективна стає середовищем її розвитку,
- перспективою розвитку даних відносин представляється становлення системи, заснованої на домінуванні особистої власності на фоні широкого поширення власності колективної [43].

В результаті утворюється нова структурна одиниця — «креативна корпорація», де її члени є не найнятими робітниками, а партнерами її засновників і власників; основною метою «креативної корпорації» є формування економічного мислення, направлене на збалансований розвиток матеріальних і духовних потреб.

Коротко відзначимо ще одну особливість сучасної **трансформації відносин власності**. Вона йде по двох головних напрямках:

1. Інтенсивний розвиток (особливо в США) малого і середнього, а також сімейного і надомного бізнесу. Так, якщо в 1970 р. 500 найбільших компаній виробляли 20 % ВВП США, то до 1997 р. цей показник скоротився до 10%; американський експорт на 50 % складається з продукції компаній, в яких зайнято 19 і менше працівників. У 1985 р. в домашніх умовах працювали 20,7 млн. автономних фахівців і підприємців.
2. Перетворення концернів на інтегральних економічних власників, формування (особливо в Японії) «макроекономічних власників», «народногосподарських власників», що утворюються навколо «найновітніших полюсів зростання». Це — щось на зразок російського «Газпрому» або концернів часів непу. Одним словом, йде розвиток різних форм власності, включаючи державну (змішана економіка). Але і в ній, як ми бачимо, з'являється асоційований власник, причетний до використання капіталу.

Результати проведених опитувань свідчать, що ідеалом більшості наших співгромадян є «соціальна держава», в основі якої лежить не індивідуальна свобода, а ідея «солідарності як спільної справи». Більшість виступає за змішану економіку, за активну роль держави в регулюванні ринкових відносин, за особистісно-корпоративну форму власності.

Психологічні аспекти інтелектуальної власності

Інтелектуальну власність доцільно розглянути в чотирьох аспектах — історичному, юридичному, економічному і психологічному.

Перший аспект — **історичний** — дає можливості прослідкувати розвиток поняття «інтелектуальна власність» в Росії, порівняти умови, в яких інтелектуальна власність існувала в різні історичні періоди.

Економічний аспект допоможе господарюючим суб'єктам (фірмам, підприємцям) виявити способи ефективного використання цього об'єкту.

Юридичний аспект важливий для розгляду правил, за якими інтелектуальна власність функціонує в економіці.

Четвертий аспект — **психологічний**, виявляє індивідуально-особові особливості людей, пов'язані з використанням у їх діяльності інтелектуальної власності.

Інтелектуальна власність — це виняткове право як особистого, так і майнового характеру на результати інтелектуальної і творчої діяльності людини, а також на прирівняні до них об'єкти (товарні знаки, фірмові найменування, відкриття, комерційну таємницю).

Юристи виділяють 4 великі групи об'єктів інтелектуальної власності:

- **об'єкти авторського права** (твори літератури, мистецтва, декоративно-прикладної творчості, фонограми, відеограми);
- **об'єкти промислової власності** (винаходи, промислові зразки, корисні моделі, раціоналізаторські пропозиції);
- **засоби індивідуалізації** (товарні знаки, знаки обслуговування, фірмові найменування, найменування місць походження товарів);
- **нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності** (селекційні досягнення, топології інтегральних мікросхем, комп'ютерні програми і бази даних, комерційна таємниця фірми).

Для кожної групи об'єктів інтелектуальної власності існують законодавчі акти, що визначають особливості їх захисту і функціонування. Окремі об'єкти інтелектуальної власності мають спеціальні закони, що регулюють їх функціонування.

У розвитку інституту інтелектуальної власності в російській і українській економіках умовно можна виділити 3 великі періоди: дореволюційний, радянський (до кінця 80-х рр. XX ст.) і пострадянський (ринковий). Прослідкуємо особливості умов, в яких існувало і застосовувалося поняття «інтелектуальна власність».



Дореволюційний період (до 1917р.). Як відмічено **Є.І. Марківською**, поняття «інтелектуальна власність» стало формуватися в юридичній науці і в законодавстві Росії тільки в кінці XIX в. Це багато в чому пов'язано з тим, що держава була монополізованою і в багатьох сферах була єдиним власником результатів інтелектуальної і творчої діяльності людей. (Наприклад, книговидавництво до кінця XIX в. було державною монополією). Тому в інституті авторського права ще не було потреби. Законодавство в області охорони промислової власності (винаходи, промислові зразки, корисні моделі) сформувалося лише до 1896 р., коли Росія стала однією з провідних промислових держав, і у зв'язку з виходом на міжнародні ринки з'явилася необхідність захисту продукції вітчизняних виробників за допомогою патентів, ліцензій та інших документів, що захищають права виробників і творців яких-небудь новинок у певній сфері.

Радянський період (1917р. - кінець 80-х рр. XX ст.). Тут особливо виділяється період нової економічної політики (НЕП, 1921 - 1929 рр.), коли активно розвивалися всі форми підприємницької діяльності. Саме тоді ще продовжували існувати і набували розвиненіших форм законодавчі акти, що регулювали функціонування об'єктів інтелектуальної власності і гарантували їх захист. У решту періоду функціонування планової економіки всі результати інтелектуальної і творчої діяльності були власністю держави і, згідно з законодавством того часу, надходили в загальне користування громадян. Винахідники часто свідомо сприяли тому, щоб їх винаходи не використовувалися у промисловості, не бажаючи націоналізації результатів інтелектуальної діяльності. Як правило, люди не були зацікавлені в отриманні патентів на винаходи, тому що ніякої вигоди вони від цього не мали. Повноцінним власником своїх розробок вони не були, продати права на свій винахід в радянський період не можна було, оскільки приватне підприємництво заборонялося чинним законодавством.



Пострадянський період (з кінця 80-х рр. XX ст. до теперішнього часу). У зв'язку з проголошенням рівноправності приватної і державної власності і розвитком всіх форм підприємництва з'явилася необхідність залучення об'єктів інтелектуальної діяльності в господарський обіг, сформувалися умови, в яких стало можливим отримувати прибуток, передаючи за винагороди права на використання об'єктів інтелектуальної власності. Актуальною для сучасних підприємців є проблеми вивчення способів ефективного використання і захисту цих об'єктів у своєму бізнесі.

Економічна суть інтелектуальної власності полягає в тому, що вона є складовою частиною найважливішого економічного ресурсу — *інтелектуального*.

З економіко-психологічних позицій одним з негативних наслідків і перешкод на шляху процвітання України і Росії і підйому економік країн є відсутність дієвих механізмів охорони інтелектуальної власності, за допомогою яких можна регулювати всі відносини в суспільстві, так чи інакше пов'язані з динамікою всіх форм власності. Проблема інтелектуальної власності стала дуже актуальною саме зараз, оскільки законодавством проголошено рівноправність всіх форм власності і легалізовано підприємницьку діяльність. Результати інтелектуальної і творчої діяльності можуть використовуватися як товар, можуть бути предметом договорів купівлі — продажу. У людей, фірм з'являється могутній стимул створювати об'єкти інтелектуальної власності і використовувати їх для отримання прибутку. Паралельно з цим постає дуже важливе питання — захисту об'єктів інтелектуальної власності від несанкціонованого використання. Адже володіння винятковим правом означає, що лише справжній (творець, автор) може володіти, розпоряджатися, дозволити або заборонити користуватися результатами своєї інтелектуальної і творчої діяльності. Виникає необхідність створення і використання спеціального законодавства в області охорони інтелектуальної власності. Зараз йде процес освоєння цих законів, адже правозастосовна практика в цій галузі ще дуже молода.



Українське і російське законодавство в області охорони інтелектуальної власності включає наступні нормативні акти:

1. Конституція України, Конституція Росії.
2. Цивільний кодекс України, Цивільний кодекс Росії.
3. Спеціальні закони у області авторських і суміжних прав, промислової власності.
4. Різні міжнародні конвенції, учасницями яких є Україна і Росія.
5. Різні нормативні акти, в яких згадується термін «інтелектуальна власність».

На даний момент і в Україні, і в Росії створена система охорони інтелектуальної власності, яка відповідає міжнародним стандартам в цій області. Сучасним підприємцям потрібно вчитися застосовувати це законодавство в ситуаціях, коли йдеться про використання результатів інтелектуальної діяльності в комерційних цілях.

Об'єкти інтелектуальної власності створюються в процесі творчої і інтелектуальної діяльності.

Можна розглядати *психологічні особливості управління творчою діяльністю людини* на декількох рівнях:

1. Мікрорівень (взаємозв'язок людина — професія). *Людина — професія*. Одним з чинників, що сприяють розвитку творчих здібностей людини в професійній діяльності, є інтерес до вибраної професії, тому ще на ранніх етапах здійснення вибору професії людині варто подумати про те, чи зможе вона повністю реалізувати свої здібності у вибраній нею сфері.

2. Мезорівень (взаємозв'язок фірма — персонал). *Фірма і персонал*. Люди — один з найцінніших ресурсів компанії. Вони є носіями знань, основними творцями інтелектуальних ресурсів, тому керівникам служб з управління персоналом слід приділяти увагу програмам розвитку персоналу. В першу чергу, необхідно створювати умови, що сприяють прояву творчої й інтелектуальної активності.



Можна запропонувати наступні *способи ефективного управління персоналом* на рівні фірми:

1. *Створення умов розвитку кращих якостей працівника на робочому місці.* Необхідно прагнути до того, щоб кожен співробітник реалізував себе на своєму робочому місці. Цьому сприяють: створення системи навчання на місцях; надання певної кількості годин на тиждень для підвищення кваліфікації; проведення ділових ігор під керівництвом психологів для моделювання різних робочих ситуацій і визначення ефективних способів вирішення проблемних ситуацій. Особливо ефективні ділові ігри у фірмах, де основна частина робочого часу пов'язана із спілкуванням (торгові фірми, відділи по роботі з клієнтами); створення системи просування кадрів, яка полягає в більшому використанні ресурсів наявних співробітників, а не в залученні нових фахівців.
2. *Розробка системи оцінки потенціалу співробітників.* Для цього необхідно разом з психологом визначити систему характеристик (кваліфікаційних, психологічних, професійних), які потрібні від людини для виконання кожного виду робіт, створити систему тестів, що дозволяють виявити якості, що вимагаються у кандидата для даного виду робіт. Для оцінки персоналу на робочих місцях можна розробити спеціальні тести, які рекомендується застосовувати після курсу лекцій з підвищення кваліфікації на місцях.
3. *Створення корпоративної культури* — системи цінностей, прийнятої в рамках даної фірми. Корпоративна культура може включати: звичаї і ритуали (наприклад, існування фірмових свят); принципи спілкування з клієнтами; способи оформлення офіційних документів; фірмовий одяг (можливе існування фірмового кольору); певну систему взаємодії з вищим керівництвом.

Підприємцям, керівникам і менеджерам компаній слід звернути увагу на наступний взаємозв'язок (див. рис.5).



Рис. 5 Взаємозв'язок конкурентоспроможності і людського капіталу

3. **Макрорівень** (взаємозв'язок фірма-суспільство). *Фірма і суспільство.* В даний час багато соціологів відзначають, що світова спільнота знаходиться в процесі переходу до *постіндустріального суспільства*, в якому основними рушійними силами прогресу будуть знання і інформація. У зв'язку з цим зростає значення людського ресурсу на рівні не лише фірми, але й суспільства в цілому. Так, віце-президент корпорації Оепераї Еіесігіс **Клауді Сантьяго** вважає, що запорукою успіху крупного бізнесу є глобальна концентрація інтелектуальних ресурсів. Люди стають єдиною конкурентною перевагою фірми, оскільки технології можуть копіюватися і тиражуватися конкурентами. Тому фірмам в новому постіндустріальному суспільстві вигідно конкурувати одна з одною в області створення якнайкращих умов для розвитку людського ресурсу. Створюючи умови, що дозволяють привернути до співпраці кваліфікованих фахівців, фірми набувають довгострокової конкурентної переваги.

Висновки

1. Термін «власність» позначає два несхожі поняття:

- власність в економічному значенні або власність сіє гасіо (лат. на ділі, фактично);
- власність в юридичному значенні або власність сіє]иге (лат. юридично, по праву).



2. Інтелектуальну власність доцільно розглянути в чотирьох аспектах — історичному, юридичному, економічному і психологічному.

Інтелектуальна власність — це виняткове право як особистого, так і майнового характеру на результати інтелектуальної і творчої діяльності людини, а також на прирівняні до них об'єкти (товарні знаки, фірмові найменування, відкриття, комерційну таємницю).

3. Юридично виділяється 4 великі групи об'єктів інтелектуальної власності:

- об'єкти авторського права (твори літератури, мистецтва, декоративно-прикладної творчості, фонограми, відеограми);
- об'єкти промислової власності;
- засоби індивідуалізації;
- нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності.

4. Створюючи умови, що дозволяють привернути до співпраці кваліфікованих фахівців, фірми отримують довгострокову конкурентну перевагу.

Контрольні запитання

1. *Що таке власність?*
2. *Хто є юридичним, а хто фактичним власником?*
3. *Як пов'язана власність з індивідуальними устремліннями людини?*
4. *Що передбачає економічна поведінка?*
5. *Що включає правовий підхід до розгляду власності, а що економіко-психологічний?*
6. *Як ви розумієте термін «креативна корпорація»?*
7. *Як історично трансформувалися відносини власності?*
8. *У яких аспектах доцільно розглядати інтелектуальну власність?*
9. *Що включає економіко-психологічний аспект розгляду інтелектуальної власності?*
10. *Які є способи ефективного управління персоналом фірми в сучасних умовах?*

* 3.3 Психологія комерційної таємниці »

Психологія комерційної таємниці — одна з нових і актуальних проблем вітчизняної економічної психології.

Причина, що мотивує підприємця самостійно займатися перспективною розробкою — асиметрія інформації, тобто така ситуація, коли він володіє важливою інформацією, а інші — ні. Проте дуже важливо зуміти зберегти цю інформацію. Часто підприємство, що нещодавно виникло, ліквідовується через елементарну психологічну неграмотність його керівників і засновників, від яких у сучасних умовах потрібна розробка не лише ринкової стратегії, але і стратегії забезпечення інформаційної безпеки, знання психології забезпечення комерційної таємниці у фірмі.

Одним з економічно значущих об'єктів інтелектуальної власності фірми є *інформація, що становить комерційну таємницю*. Будь-яка інформація про діяльність компанії, що стала доступною для конкурентів, може бути використана на шкоду компанії.

Розрізняють *два види інформації, що становить цінність для конкурента*:

- комерційна (ділова, особиста);
- промислова (науково-технічна, технологічна).

Комерційна інформація — це відомості про кредити, банківські операції, прибутки, договори, плани інвестицій, постачальників, контрагентів, клієнтів, плани реалізації, обсяги закупівель і продаж, структуру капіталу; бухгалтерська і фінансова звітність, відомості зарплат, ділове листування, відомості про співробітників фірми.

Промислова інформація включає відомості про нові ідеї, винаходи, патенти, конструкторську документацію, звіти НІДКР, формули, рекомендації, запаси корисних копалин, а також геологічні карти. Частина промислової і комерційної інформації є комерційною таємницею.



Виділяють наступні *критерії віднесення інформації до комерційної таємниці* фірми:

1. Економічна цінність для фірми, тобто можливість оцінки в грошових одиницях.
2. Закритість від вільного доступу.
3. Фірма вживає всіх заходів для охорони конфіденційності цієї інформації.

Таким чином, **комерційна таємниця підприємства** -це відомості, що не є державними секретами, але пов'язані з виробництвом, технологією, НІДКР, управлінням, фінансами і іншою діяльністю підприємства, розголошування яких може завдати шкоди його інтересам.

Як рекомендацію нижче наводимо *список інформації, яка становить велику цінність для фірми і може бути віднесена до комерційної таємниці*'.

- більша частина договорів підприємства;
- перспективи розвитку фірми, плани виробництва, ділові плани, проекти, інвестиційні програми;
- відомості про клієнтів, постачальників, іноземних партнерів, операції, переговори, контракти, списки покупців;
- банківська інформація (умови і сума кредитів, зв'язки);
- інформація маркетингових досліджень (методи, ринки збуту, комерційні задуми, організаційні методи здійснення продажів);
- виробництво (структура собівартості, структура кадрів, характер виробництва, система організації праці, документи про тип устаткування, рівень запасів і сировини);
- дизайн, програмне забезпечення, хімічні формули, інформаційні процеси;
- фінанси (виручка, доходи, борги, банківські операції, планові показники, валютні операції);
- телефони і адреси керівників і співробітників, інформація про конфлікти.

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України, відповідно до статті 30 Закону України «Про підприємства в Україні», комерційну таємницю не складають:

- засновницькі документи;
- інформація за всіма встановленими формами державної звітності;
- дані, необхідні для визначення і сплати податків та інших обов'язкових платежів;
- дані про чисельність і склад працюючих і про наявність вільних робочих місць;
- документи про сплату податків і інших обов'язкових платежів;
- інформація про забруднення навколишнього середовища;
- документи про платоспроможність;
- дані, які згідно з чинним законодавством підлягають оголошенню.

Втрата інформації може відбуватися через співробітників, публікації, виступи на конференціях, звіти. Заволодіти необхідною інформацією можна за допомогою комп'ютерних мереж, підслуховуючих пристроїв.

Шляхи втрати інформації можна згрупувати відповідним чином:

- нечесний службовець;
- нечесний торговий партнер;
- балаканина службовця;
- загублені записи;
- зовнішнє спостереження.

Іншими словами, є дві форми втрати інформації: *навмисна і ненавмисна*. Не тільки і не стільки жадібність спонукає людину стати на шлях зради. Навмисний витік інформації може стати наслідком, наприклад, образи. Ненавмисна втрата інформації при ділових контактах, рекламних компаніях часто пов'язана з бажанням показати себе, похвалити і є слабким місцем багатьох фірм, особливо вітчизняних. Про настанову «більше брати інформації, ніж дати» часто забувають при неформальному спілкуванні.

Комерційна таємниця фірми, на відміну від державної таємниці, охороняється силами самої фірми, тому підприємцям слід створювати систему інформаційної безпеки, яка дозволить зберегти цінну інформацію.

Міцність системи інформаційної безпеки залежить від надійності, відповідальності і підготовленості персоналу. При цьому психологічне забезпечення комерційної таємниці необхідне на всіх етапах роботи з кадрами (при підборі, висуванні, звільненні). Питання *про* лояльність працівника, перш за все, постає на етапі набору кадрів.

Лояльність — це відданість справі фірми, що з'являється завдяки ефективній підготовці кадрів, ідентифікації особистих інтересів з успіхами кампанії і, нарешті, людський зв'язок між підлеглими і начальником.

Дуже часто припускаються наступної помилки при підборі кадрів:

- не проводиться навіть формальна перевірка рекомендацій і характеристик;
- не залучається інформація про працівника з інших джерел;
- відсутня перевірка супроводжуючого персоналу — водія, секретаря, прибиральниці;
- не враховуються конкретні психологічні якості особистості претендента (імпульсивність, агресивність, емоційна збудливість), які можуть проявитися і завдати шкоди, особливо в ситуації звільнення.

Разом з тим слід пам'ятати про те, що ніяка перевірка і психологічне обстеження не зможуть гарантувати стовідсоткову лояльність працівника. Його ставлення до фірми залежить від багатьох чинників, у тому числі і від сумісності особистості начальника і особистості працівника, від психологічного клімату в колективі.

Психологічний відбір і підготовка потрібні і представникам служби безпеки фірми. Основними *психологічними характеристиками* цих співробітників є: високий рівень вербального інтелекту, емоційна стійкість, високий рівень самоконтролю і самовладання,



адекватний рівень сприйнятливості до загрози, високий рівень емпатії, відданість фірмі, низький рівень тривожності, володіння основами психодіагностики, прийомами психологічної дії, уміння розпізнавати брехню і слабка схильність до впливів, спеціальна спортивна підготовка.

Система безпеки комерційної таємниці може включати наступні *заходи із захисту* цінної для фірми інформації:

1. Підписання з персоналом договорів про нерозголошення конфіденційної інформації.
2. Складання списку інформації, що належить до комерційної таємниці фірми. Цей список слугуватиме додатком до договору про нерозголошення.
3. Створення сприятливого психологічного клімату для співробітників, щоб вони були зацікавлені в довгостроковій співпраці з фірмою [39, 40].

Ефективна система комунікацій між співробітниками і адміністрацією, забезпечення збігів особистих устремлінь з основною метою колективу перешкоджає розголошуванню комерційної таємниці. Співробітники не потребують якоїсь окремої мотивації, вона повинна збігатися з мотивацією підприємства, керівництва. На цій основі формується колективна ідентичність, люди починають сприймати себе членами однієї сім'ї.

Починається процес ідентифікації компанії її службовцями із створення виразного корпоративного іміджу через зовнішній показ приміщень компанії і її продукції, іноді через уніформу, а потім культивується чіткою постановкою задач, підкріпленою послідовною адміністративною поведінкою (особливо дружнім, відкритим і надзвичайно наочним керівництвом), використанням гасел. Дуже важливим стимулом для культивування лояльності є спільне навчання працівників фірми, програма якого орієнтована на розвиток навиків співпраці, створення установки групової підтримки, згоди і відчуття вірності фірмі і її цілям.



Відносини між керівництвом фірми і працівниками характеризуються взаємними зобов'язаннями: працівники платять своєю лояльністю, а керівництво піклується про працівників, їх добробут і задоволення особистих потреб. Спрацьовують і міжгрупові механізми ідентифікації, а саме лояльність до своєї групи означає відчуження від інших груп. Це не суперечить конкуренції, яка, наприклад, в Японії завжди заснована на конкуренції груп, а не осіб. З психологічної точки зору цей вид конкуренції є більш щадним для особистості.

При цьому слід мати на увазі **типові помилки менеджменту**, руйнівні діючі на процес корпоративної ідентифікації:

- *невідповідність вимог, що пред'являються*, тобто невинуватий тиск з метою досягти результатів, що виходять за межі можливостей даного працівника і устаткування;
- *зрівняння в оплаті*;
- *безконтрольність*;
- *неувага до психологічного клімату*.

Для того, щоб уникнути **другої помилки менеджменту**, очевидна необхідність компетенції в психологічних аспектах економічного стимулювання. В економічній психології виділяють пряму зацікавленість у процесі і безпосередньому результаті праці і непряму мотивацію, основним компонентом якої є мотивуюча роль заробітної платні.

Висока заробітна платня в приватній фірмі створює у працівника відчуття власної значущості, цінності, підвищує (іноді навіть надмірно) його самооцінку. Проте непряме стимулювання має свої межі. Дотримання принципу оплати по праці є необхідною, але не достатньою умовою забезпечення ефективної діяльності і задоволеності нею. Якщо люди з високою оплатою праці і завищеною самооцінкою збираються в одну групу, неминуче з'явиться ефект соціального порівняння, механізм суперництва і боротьба за лідерство. Цей процес може тривати досить довго і хворобливо, супроводжуючись утворенням конфліктних груп, зривами в роботі.



У цьому випадку важливо спиратися на максимально об'єктивні і справедливі критерії оплати праці. Часто критерієм гарної оплати у фірмі для керівника є порівняння заробітної платні в державних структурах, а для працівника — співвідношення прибутку, отриманого у фірмі за допомогою його праці, і тією сумою, яку він отримує.

Зміни в прямій мотивації передбачають вплив шляхом переконання, навіювання, психічного зараження на особу працівника, на його систему цінностей.

Переконання — це метод дії на свідомість особистості через звернення до її власної критичної думки.

Навіювання — процес дії на психічну сферу людини, пов'язаний із зниженням свідомості і критичності при сприйнятті реалізації змісту, що навіюється, з відсутністю цілеспрямованого активного його розуміння, розгорненого логічного аналізу і оцінки у співвідношенні з минулим досвідом і даним станом суб'єкта.

Зараження — процес передачі емоційного стану на психофізіологічному рівні поза смисловим впливом або додатково до нього. Способами реалізації такої дії є агітація, власний приклад поведінки і діяльності, інформування.

Владна, примусова мотивація виникає під загрозою погіршення задоволення якихось потреб підлеглого при невиконанні ним пред'явлених керівництвом вимог. Способи її реалізації — вимога, розпорядження, наказ, погроза, розпорядження. Проте найвдалішими і найдієвішими методами є засоби морального заохочення. Позитивні підкріплення особливо дієві, якщо вони використовуються негайно, конкретно, широко [39, 40].

Через невизначеність правової ситуації у вітчизняному бізнесі співробітників звичайно підбирають з родичів і друзів, а не на конкурсній основі. Це породжує складнощі у стимулюванні, стандартна система заохочень і покарань зазнає істотних змін стосовно них, значно знижуючи адміністративні можливості.



Справедливість — крихке і своєрідне сприйняття людьми дійсності. Важливо його не зруйнувати. Вироблено **три аксіоми справедливості**:

1. Люди оцінюють свої відносини, порівнюючи, що вони вкладають і що отримують натомість.
2. Нееквівалентність внеску і віддачі призводить до виникнення занепокоєння, напруги, які при переоцінці внеску переживаються як почуття вини, а при недооцінці — як відчуття образи.
3. Люди, не задоволені своїми стосунками через низьку віддачу, прагнуть відновити справедливість, зменшуючи свій внесок, збільшуючи віддачу або навіть припиняючи відносини.

Скривджений співробітник починає збільшувати перерви, часто брати бюлетені, непродуктивно використовувати робочий час, гірше виконувати роботу. Один з варіантів, використовуваний скривдженим працівником, щоб зняти почуття образи, що накопичилося, і суб'єктивно відновити справедливість — перестати дотримувати правил інформаційної безпеки.

Щоб не допустити **третьої типової помилки менеджменту**, а саме **безконтрольності і відсутності пильності в організації**, важливо висувати конкретні задачі із забезпечення інформаційної безпеки підприємства, що стосуються, наприклад, правил зберігання документів або використання розмножувальної техніки. Слід відмітити, що до витоку інформації часто призводить недбалість самих перших осіб. Наприклад, у приватних фірмах більше 75 % відповідальних співробітників, приймаючи відвідувачів, не вважають за необхідне прибирати конфіденційні документи із столу або вимкнути комп'ютер. Це призводить до втрати 30 % оперативної інформації.

Призводить до втрати конфіденційної інформації і розмноження матеріалу за принципом самообслуговування.

Іноді також доцільно розбити технологічний процес на ряд самостійних етапів, щоб службовці знали тільки частину таємниць, а всіма знаннями володіло лише керівництво або вузьке коло осіб. Ризик розголошування таємниці в цьому випадку значно зменшується.

При звільненні службовець повинен повернути всю службову документацію, навіть якщо вона складена ним і зберігалася у нього удома. Слід нагадати йому про це і зв'язатися з його майбутнім керівником, повідомивши письмово про те, в яких галузях колишній службовець був обізнаний. Розумно також супроводжувати звільненого співробітника вихідною допомогою.

Формуванню чіткої цільової установки на підвищення надійності і відповідальності сприяє наявність у трудовому договорі пункту про матеріальну відповідальність у разі розголошення комерційної таємниці. Цей директивний момент є важливим доповненням до основного управлінського компоненту забезпечення безпеки — формування загальної мотивації, коли керівник і персонал бачать один в одному природних партнерів. Взаємовигідне партнерство, чітка цільова установка на захист інтересів підприємства створюють основу формування колективної ідентичності, яка слугує прекрасною базою для культивування здорового психологічного клімату в організації.

Не всім фірмам вдається **уникнути четвертої помилки управління — неуваги до психологічного клімату**. Для формування групової свідомості, ефективної міжособової взаємодії, адекватних міжособових установок, способів спілкування необхідна велика робота.

Важливо забезпечити позитивний емоційний фон відносин, цьому в свою чергу дуже сприяє неформальне спілкування, а також гармонійне поєднання умов співпраці і суперництва. Необхідний постійний моніторинг відносин між людьми, що володіють інформацією, урахування їх морального і психологічного стану. Важливо помічати прояви емоційної невірноваженості, незадоволеності, хитрості, розчарування службовців, ідеї яких знехтувані. Вирішальний метод — це така система внутрішньофірмової комунікації, яка не допускає ізоляції співробітника.

Дослідниками питань інформаційної безпеки і комерційної таємниці у фірмі було відмічено, що психологічне забезпечення комерційної таємниці в процесі відбору, підготовки, висунення і звільнення кадрів ефективніше і дешевше, ніж при звичному засекреченні інформації.

1. Комерційна таємниця фірми, на відміну від державної таємниці, охороняється силами самої фірми, тому підприємцям слід створювати систему економічної безпеки, яка дозволить зберегти цінну інформацію.

2. Система безпеки комерційної таємниці може включати наступні заходи із захисту цінної для фірми інформації:

- підписання з персоналом договорів про нерозголошення конфіденційної інформації.
- складання списку інформації, яка відноситься до комерційної таємниці фірми. Цей список служитиме додатком до договору про нерозголошення.
- створення сприятливого психологічного клімату для співробітників, щоб вони були зацікавлені в довгостроковій співпраці з фірмою.

3. Типові помилки менеджменту, що руйнівні діють на процес корпоративної ідентифікації наступні:

- невідповідність вимог, що пред'являються;
- зрівняння в оплаті;
- безконтрольність;
- неувага до психологічного клімату.

4. Психологічне забезпечення комерційної таємниці в процесі відбору, підготовки, висунення і звільнення кадрів ефективніше і дешевше, ніж при звичному засекреченні інформації.

1. Яка інформація відноситься до комерційної таємниці?
2. Якої типової помилки припускається при підборі кадрів, які мають негативні наслідки для збереження комерційної таємниці?
3. Як забезпечити лояльність співробітників фірми?
4. Як має бути побудована система інформаційної безпеки підприємства?
5. Які існують типові помилки менеджменту при формуванні загальної мотивації і корпоративної ідентифікації?

3.4 Економічна психологія сприйняття грошей і особливостей «грошової» поведінки

Гроші — необхідний атрибут функціонування економіки в сучасному світі. При ефективному виконанні своїх основних функцій (міра вартості, засіб обігу, засіб накопичення та заощадження, світові гроші і засіб платежу) гроші стимулюють економічний і соціальний прогрес. Різноманітність грошей як чинника детермінації абстрагованих міжособистісних процесів економічного обміну робить їх психологізованим явищем.

Незважаючи на все більшу актуальність і прикладну важливість, а також «ексклюзивність» цієї теми в економічній психології, психологічні аспекти грошей ще і досі залишаються мало розробленими.

У зарубіжній психології є ряд різних, не пов'язаних між собою досліджень сприйняття монет і банкнот, ставлення людей до грошей, а також декілька теорій про походження переконань і поведінки, що стосуються грошей.

Єдиної логічно послідовної теорії або дослідження даної проблеми в економічній психології не існує і у вітчизняних роботах, за виключенням хіба що робіт **В. М. Соколінського** з фінансової психології доходів і заощаджень та досліджень з урахування менталітету населення в західноєвропейських країнах [87].

Економічні теорії в основному виходять з «безликовості», «подібності» грошей. Психологи, навпаки, вважають, що будь-які суми грошей, представлені в тій або іншій формі, є об'єктом психологічної оцінки, і вона справляє сильний вплив на функціонування даної конкретної суми.

Розглянемо психологію грошей детальніше.

Сприйняття грошей суб'єктивне, і воно впливає на їх використання. Неоднаково витрачаються крупні і дрібні купюри: крупні швидше асоціюються з накопиченням, а дрібні — із споживанням.

Наприклад, щоб не розмінювати крупну купюру, людина може вчинити нерационально і не купити потрібну або дешевшу річ, а на дрібні гроші може купити більше, ніж планувалося.

Невідповідність суб'єктивної оцінки грошей їх номіналу виявляється і в різному ставленні до нових і старих грошей в період грошового реформування. Людина може програти в розрахунку заради володіння новими грошима або зробити нерациональну купівлю, щоб позбавитися старих грошей, незважаючи на однаковий правовий статус і номінальну цінність монет і купюр старого і нового зразка в даний період часу.

Психологічне «забарвлення» грошей пов'язане з джерелом походження конкретної суми. Дбайливому і економному ставленню до заробітної платні часто протистоїть марнотратне ставлення до несподіваного доходу, наприклад, премії, і особливо до яких-небудь незаслужених грошей. При дослідженні вікової клептоманії виявилося, що вкрадені гроші частіше витрачаються на неблаговидні справи, ніж гроші, отримані від батьків.

Дослідження, проведені А. Л. Журавльовим [45] свідчать про те, що позитивне ставлення особистості до таких еквівалентів грошей як дорогі метали (золото, платина), позитивно пов'язане з психологічною готовністю до придбання предметів мистецтва. І навпаки, віддання переваги особистістю твердій валюті (наприклад, долару) як формі грошей може гальмувати (принаймні, негативно пов'язано) психологічну готовність до придбання предметів мистецтва і інших культурних цінностей.

Ставлення особистості до витрачання грошей може бути різним залежно від того, які це **гроші за формою володіння** ними: одноособібною або розділеною з іншими людьми. При цьому ще дуже важливо, як представлені інші співвласники: особисто (наприклад, конкретні члени сім'ї, партнери, співзасновники) або безособово (гроші можуть належати фірмі, організації в цілому). Психологічна готовність до витрачання грошей безособового власника, але розпорядником яких у даному випадку все-таки є людина, швидше за все, вище

порівняно з грошима, що мають особисто представленого власника, у розпорядженні якими значно підвищується відповідальність.

Щось подібне у своїй економічній поведінці демонструють фірми, організації і навіть уряд.

На рівні правлячої еліти, відповідно до закономірностей теорії обміну, співвідношенням внесок/віддача, «легкі гроші» (отримані за допомогою невинуваченої приватизації, шляхом позик, слабо контрольованого бюджету) породили таке ставлення до грошей, яке небезпечне психологічною орієнтацією на короткотривалий економічний інтерес, а не на майбутнє, на невинувачені витрати і розкрадання, а не на заощадження і накопичення, на особисті і локальні вигоди, а не прибутковість економіки країни в цілому. Стихія первинного накопичення капіталу в основному при торгових операціях і махінаціях з бюджетними грошима притупила відчуття відповідальності і економічної безпеки. Все це гальмувало і продовжує гальмувати вкладення у виробничо-технологічну базу економіки країни.

Ставлення до грошей залежить і від конкретних **цілей їх використання**. На цьому ефекті засноване так зване «відмивання грошей», створення різного роду благодійних фондів і спонсорських програм і відрахувань від прибутку сумнівного походження.

Різні психологічні відтінки використання мають і різні **грошові форми** (готівка, векселі, облігації), а також способи готівкового і безготівкового розрахунку (чеки, електронні картки). Так, банківський рахунок і готівка, кредитні карти і «живі» гроші в нашій країні погано сприймаються як щось взаємозамінне, як частини цілого, що набуває різних форм. Розпадаючись на ряд складових, гроші погано зберігають об'єднуючу ознаку їх потенційних можливостей. Це пов'язано із слабкою довірою до грошових інновацій і відповідальних за них економічних агентів. Так за даними, отриманими за допомогою опитувальника Фенема, у більшості росіян і українців переважає бажання мати готівку і недовіра до інших грошових форм, наприклад, кредитних карток.



Використання грошей регламентується психосоціальними нормами і соціальними цінностями. Наприклад, по відношенню до подарунка, вираженого в грошовій формі, виявляються інші очікування, оскільки гроші девальвують цінність акту дарування. Якщо дарують гроші, то в два рази більше ціни планованого подарунка.

Психосоціальні норми використання грошей змінюються з часом. Так, неприйнятні раніше шлюбні контракти, страхування життя, здача крові за гроші і т.і. в даний час не засуджуються, а, навприклад, позика грошей знайомим під відсотки вважається негожою.

Узагальнюючи результати проведеного **О. С. Дейнекою** дослідження, відзначимо, що економіко-політичний статус держави значною мірою відображається в її грошовій одиниці. Вона — якийсь конкретний (і співвідносний) показник благополуччя економіки і прибутковості країни.

Відірваність грошей від виробництва, тобто від їх стабілізаційної бази, викликає характерні деформації в економічній свідомості населення. Коли в грошах мінімізована та/або зовсім втрачена частка реальної (виробляючої) праці, тоді домінує уявлення про них як про явище, яке породжує саме себе.

Психологічними наслідками цього феномена стають:

- *по-перше*, гіпертрофована віра у фінансові ігри, випадок, фінансовий успіх, миттєве збагачення;
- *по-друге*, надмірна споживацька активність (гроші потрібно зараз же витратити), знижений фінансовий самоконтроль господарюючого суб'єкта на всіх рівнях (від сім'ї до уряду), спровокований мінімізацією стабілізаційної складової грошей;
- *по-третє*, посилення відчуття непередбачуваності, невідповідності людини (її контролю) економічних процесів і викликана цим перманентна тривога, що переходить у безвихідність.

Відсутність стабілізаційної бази в грошах трансформується через інфляцію в психологію марнотратної безгосподарності. Навіть такі компоненти зміненої економічної свідомості як збільшена значущість грошей і посилення мотиву заощадження, не

виконують поки істотної ролі на макроекономічному рівні. Їх сприятливий вплив на оздоровлення економіки вельми обмежений через те, що гривня не сприймається як стійкий засіб заощадження і накопичення.

Особливий інтерес з погляду економічної і клінічної психології становлять на наш погляд результати досліджень, пов'язані з **основними причинами боргів**, душевним здоров'ям і грошовими типами особистості, які багато в чому пояснюють ірраціональність фінансової поведінки людей всупереч усілякій логіці найрізноманітніших економічних теорій.

Виділяють основні причини боргів, що детермінують подібну поведінку, а саме:

1. *Соціальне схвалення боргів*: оскільки суспільство рухається від засудження боргів до підтримки кредитів, сучасна «споживацька мораль» ставиться до боргів терпимо (і навіть вітає їх).
2. *Економічна соціалізація*: сім'ї, що вважають борги прийнятними, відтворюють подібну модель у наступних поколіннях.
3. *Соціальне порівняння*: якщо люди порівнюють себе з невідповідною (багатшою) референтною групою, вони з більшою легкістю залізають в борги, щоб бути «не гіршими за інших».
4. *Уміння розпоряджатися грошима*: нездатність раціонально розпоряджатися грошима свідчить про загальну неорганізованість, так і про фінансові проблеми.
5. *Споживацька поведінка*: неадекватні моделі споживання (наприклад, впевненість у необхідності предметів розкоші) рано чи пізно призводять до боргів.
6. *Часовий горизонт*: чим менш реалістична тимчасова перспектива, в якій існує людина, тим легше вона робить борги.
7. *Ставлення до боргів*: якщо людина не відчуває занепокоєння або жалю, коли їй доводиться брати в борг, вона частіше вдається до подібної поведінки.
8. *Фаталізм*: чим у людини більш виражений зовнішній локус контролю, тим більше вона схильна залізати в борги.



Гроші оточені величезною кількістю парадоксів, брехні, безглуздостей і лицемірства. На погляд стороннього спостерігача, західна людина здається вельми непослідовною відносно грошей. Вона переконана, що отримує те, за що платить, але тільки й думає про те, як би кого-небудь «надути» при операції. Жадібність до грошей вважається гріховною і відштовхуючою, але багатство повсюдно викликає пошану. Гроші є прямим індикатором значущості людини. Ті, хто прагне до них, досить часто піддаються приниженню і залякуванню з боку тих, хто їх має. Лицемірство по відношенню до грошей поширене всюди — їх публічно зневажають, але таємно жадають; їх розглядають як мало не найважливішу річ на світі, але при цьому говорять про них, як про незначну дрібницю.

Важко оцінити, наскільки в західному суспільстві поширені психічні розлади, пов'язані з грошима. Статистики подібних розладів не існує. Виняткові випадки бувають настільки яскравими і запам'ятовуються, що їх частота може переоцінюватися. Але оскільки дослідження в цій табуйованій області укрαι рідкісні, справжня поширеність серйозних грошових неврозів може насправді недооцінюватися. Відповіді на опитування «здорового ставлення до грошей» (Мопеу-запііу київsale — таблиця 9) показують, що, хоча переважна більшість респондентів вважає своє ставлення до грошей цілком «здоровим», приблизно третина респондентів визнають у себе наявність тих або інших симптомів грошової патології.

У різних дослідженнях пропонують декілька пояснень **патології, пов'язаної з грошима**:

- *Переживання раннього дитинства*: пережиті в дитинстві бідність, період економічної кризи або явні (порівняно з оточуючими) економічні труднощі стають для декого стимулом до накопичення великих капіталів.
- *Міжгрупове суперництво*: уявлення про жалість багатих до бідних і про заздрість і ненависть бідних до багатих породжує безліч міжгрупових конфліктів. Загроза безпеці, статусу і репутації може слугувати могутнім джерелом психологічної тривоги і спроб контролювати її за допомогою грошей.

- *Релігія і етика:* відчуття провини за своє багатство і особистої відповідальності за долю бідняків складає ядро християнської релігії. Внаслідок цього самоосуд і розкаяння часто детермінують дивну поведінку людей, які виховані у переконанні, що дуже великі гроші, які отримані легким шляхом і виставляються напоказ, свідчать про гріховність людини.

Таблиця 9

Запитання	Відповіді «так», %
Ви постійно дивуєтеся, куди діваються ваші гроші в кінці місяця	42
Ви витрачаєте гроші на інших, але вам важко витратити їх на себе	35
Коли ви просите грошей, вас наповнює відчуття тривоги або вини	35
Ви купуєте речі, коли відчуваєте тривогу, нудьгу, печаль або гнів	34
Ви турбуєтеся про те, чи зможете заплатити по рахунках в кінці місяця	33
Ви весь час думаєте про своє фінансове становище	31
Ви жалкуєте про те, що вам доводиться весь час витратити або віддавати гроші	30
Ви не любите говорити з іншими про гроші, особливо про свої доходи	28
Вам неприємно купувати речі за повну вартість	26
Ви відкладаєте частину грошей	22
Ви купуєте речі, які вам не потрібні, якщо ціна дуже вигідна	19
Ви витрачаєте багато часу на покупки	19
Ви соромитеся розпитувати про практичні грошові питання	17
Гра на гроші приводить вас в сильне збудження	15
Ви проводите безсонні ночі, намагаючись знайти спосіб заощадити більше, хоча у вас вже є заощадження	14
Ви відмовляєтеся сприймати гроші всерйоз	14
Ви намагаєтесь заощадити на дрібницях	14
Ви регулярно займаєте гроші	12
Ви часто граєте на гроші і укладаєте парі	4
Ви використовуєте гроші, щоб управляти або маніпулювати людьми	4

Внесок класичних напрямів психології у вивчення феномена грошей

Передумови розвитку психологічних досліджень феномена грошей на рівні особистості можна знайти в класичних підходах психології: у психоаналізі, біхевіоризмі, в теорії розвитку Ж. Піаже, в роботах когнітивіської орієнтації.

Біхевіористичні теорії торкалися того, як гроші стають умовним підкріпленням. Перш за все, це дослідження на тваринах і експерименти на людях у клініці. Щури і примати досить швидко навчилися реагувати на фішки або інші заохочувальні стимули, які можна було б обміняти на будь-яку їжу і які, так чином, моделювали функції грошей. Схожість у поведінці тварин і людини, що працює за гроші, дозволила **Б. Скіннеру** стверджувати, що гроші — це лише узагальнене умовне підкріплення, пов'язане з безліччю товарів і послуг, які можуть служити як безумовне підкріплення.

В рамках теорії розвитку Ж. Піаже, в роботах **когнітивіської** орієнтації робилися спроби пошуку більш окремих закономірностей і механізмів відображення грошей: так, когнітивісти прагнули виявити розумові механізми грошової поведінки, а **девелопменталісти** (девелопменталізм — теорія розвитку) робили акцент на стадіях розвитку сприйняття грошей і ставлення до них.

Проте найретельніше розробленою психологічною теорією, що чітко пояснює індивідуальні відмінності у ставленні до грошей, залишається психоаналіз.

Психоаналіз грошей

У роботі «Характер і анальний еротизм» Фрейд вперше звернув увагу на те, що ставлення дорослої людини до грошей може визначатися особливостями її дитячої сексуальності. «Щастя, — писав він, — є відстрочене виконання інфантильного бажання. От чому багатство приносить так мало щастя: гроші не можуть бути бажанням



немовляти». Згодом Ференці, розвиваючи ідеї Фрейда, описав онтогенетичні стадії розвитку цього потягу: від задоволення, отримуваного від бруду і екскрементів, до любові до грошей.

Фрейд виділяв три основні риси характеру людей, фіксованих на анальній стадії: *акуратність*, *скупість* і *впертість*, які він пов'язував також з охайністю, надійністю, сумлінністю, запальністю і мстивістю.

Згідно з психоаналітичною теорією, всі діти відчувають задоволення при дефекації. У віці близько двох років батьки в західних країнах починають привчати дітей до горщика, або виражаючи ентузіазм і схвалення при дефекації дитини, або караючи її і пригрозуючи, коли вона відмовляється це зробити. Привчання до горщика збігається за часом з тією стадією розвитку дитини, коли вона бореться за автономію і незалежність. Часто привчання до горщика стає джерелом конфлікту між дитиною і батьками. Цей конфлікт може посилитися через непослідовну поведінку батьків, які, з одного боку, цінують фекалії як подарунок дитини, а з іншого — вважають їх брудними, не торкаються до них і прагнуть швидше викинути. При цьому діти, яких постійно хвалили за успішне спорожнення шлунку, розглядаючи це як подарунок батькам, зростаючи, із задоволенням роблять подарунки і витрачають гроші. Ті ж, хто відмовлявся це зробити, страждають згодом «фінансовими замками».

Таким чином, психоаналітична теорія напряму зв'язує травматичний досвід привчання до горщика з подальшим типом компенсаторної поведінки. Те, як *скупий* притримує гроші, розглядається як відображення дитячої відмови від дефекації на вимогу батьків. *Марнотрат* же, навпаки, нагадує дитину, котра прагне до схвалення батьками її «подарунків». Деякі люди вважають витрати умовою отримання любові і схвалення, і тому схильні витрачати гроші, коли відчувають себе самотньо, тривожно або потребують любові.

Емоційна основа грошової патології

Психоаналіз продемонстрував, що поведінка людини може бути протилежною її справжнім мотивам або бажанням, служити їх



маскуванням. Так, жалість до бідних може насправді приховувати ненависть, соціальні упередження і відчуття тривоги. Бідні завжди втілюють для багатих психологічну й економічну загрозу, і їх прагнуть показати брудними, нечесними і такими, що заслуговують своєї долі.

Найчастіше з грошима асоціюється відчуття *провини*. Воно пов'язане з пуританськими цінностями аскетизму, самозречення і ангедонії. Пуритани сповідають гріховність потурання своїм бажанням, зайвих витрат і надмірного споживання. Ідеал сумлінності, пунктуальності, ощадливості і помірності примушує людей, вихованих в рамках цієї традиції, відчувати провину не за накопичення, а саме за витрачання грошей. Пуританізм виступає не проти грошей взагалі або справедливої оплати за працю, але проти грошей, отриманих дуже легко (виграних або успадкованих), нечесним шляхом, а особливо — проти дуже легкого витрачання грошей.

Відчуття провини з приводу грошей може породити у людини депресію, недовіря і навіть огиду до самої себе. Несвідомо намагаючись редукувати це відчуття, людина може розвивати у себе різні психосоматичні симптоми. Психоаналітики наводять клінічні випадки страху багатства у пацієнтів, вихованих у пуританських традиціях. Основою цього страху, очевидно, є втрата *контролю*. Гроші контролюють людину; вони диктують, де їй жити і з ким спілкуватися, вони обмежують соціальну активність людини не менше, ніж сприяють їй. Пуританська етика зосереджена на обмеженнях і необхідності збереження таких ресурсів як час, гроші і навіть емоції. Якщо грошей дуже багато, немає особливого сенсу в суворому контролі над ними. Тому багата людина легко може втратити контроль над собою. А збереження контролю — як над зовнішніми обставинами, так і над власними емоціями — створює ілюзію безпеки.

З погляду психоаналізу, нездатність швидко розбагатілих людей справитися зі своїм багатством пояснюється втратою самодисципліни. «Індивід, у якого не розвинені навички самоконтролю і самодисципліни, потребує зовнішніх обмежень, що забезпечує йому

відчуття безпеки». Великі суми грошей для багатьох означають можливість витратити їх, не замислюючись про майбутнє, і ця безконтрольна поведінка викликає відчуття тривоги. Яким би парадоксальним це не здавалося, але раптова втрата багатства означає для таких людей повернення до «нормального» життя, впорядкованого і спокійного.

Інша важлива емоція, пов'язана з грошима — це відчуття **безпеки**. Дослідження дуже багатих американців, що відносяться до категорії *del-macIeman*, тобто ті, що добилися всього в житті самостійно, показали, що в ранньому дитинстві їм набагато частіше, ніж «звичним» людям, довелося пережити смерть або розлучення батьків, чи деякі інші психологічні травми. Психоаналітики вважають: ставши дорослими, ці люди накопичують гроші для того, щоб більше ніколи не опинитися у важкому становищі. Бажання багатства для них — не що інше, як потреба в емоційній безпеці, свого роду емоційний голод, викликаний депривацією в ранньому дитинстві. Таким чином, гроші можуть мати різне емоційне значення. У клінічній практиці найчастіше зустрічаються випадки, коли психологічним значенням грошей стають *безпека, влада, любов і свобода*.

Безпека. Використання грошей для подолання тривоги і досягнення безпеки призводить до відчуження, оскільки люди не розглядаються як можливе джерело безпеки. Вибудовувавши навколо себе емоційну стіну, людина починає страждати від страху і параної, побоюючись грабіжників, ворогів або фінансового краху. Той, хто шукає в грошах безпеки, потребує постійного зростання багатства, як наркоман — поступового збільшенні дози.

Голдберг і Льюїс виділили декілька типів людей, для яких гроші є символом безпеки.

1. *Скнари.* Для таких людей економія грошей становить цінність сама по собі. Вони обмежують себе у всьому, і сам цей процес, незалежно від кількості накопичень, забезпечує їм відчуття безпеки. Багато хто з них може навіть захворіти, відмовляючи собі в хорошій їжі, достатньому теплі і освітленні.



2. *Подвижники*. Вони також бережливі, але знаходять задоволення у самозреченні і показній бідності. Вони можуть навіть витрачати невеликі гроші на інших, щоб підкреслити своє мучеництво. Психоеаналітики відзначають, що їх поведінка часто маскує заздрість, обурення і ворожість по відношенню до багатших.
3. *Мисливці за знижками*. Не розлучаються з грошима до тих пір, поки ситуація не стане «ідеальною», і тоді радісно їх витрачають. Весь інтерес полягає в тому, щоб усіх перехитрити: і продавців, і тих, хто купує товар за повну вартість. Відчуття тріумфу часто компенсує нераціональність придбання речі, яка насправді їй не потрібна.
4. *Колекціонери-фанатики*. Одержимі, збирають найрізноманітніші речі, багато з яких не мають ніякої справжньої цінності. Володіння матеріальними предметами замінює їм спілкування з людьми і почуття прихильності. Вони купують все більше і більше, і їм важко розлучитися з яким-небудь предметом. Колекція додає сенсу в їхньому житті і рятує від самоти. Предмети невимогливі, і відомі колекціонери можуть відчувати свою могутність і перевагу над іншими людьми.

Влада. Гроші можна використовувати для отримання значущості, влади і вищості. За гроші можна купити лояльність ворогів і розчистити собі шлях. Гроші і владу, яку вони дають, можна розглядати як спробу регресу до інфантильних фантазій про всемогутність.

Серед шукачів влади за допомогою грошей теж виділяються різні типи:

1. *Маніпулятори*. Ці люди використовують гроші, щоб експлуатувати марнославство і жадібність інших. Маніпулювання людьми дозволяє їм відчувати себе менш безпорадними і фрустрованими, і вони не надто турбуються, обманюючи інших. Багато хто з них веде насичене життя, але поступово їхня енергія сходить нанівець через постійне приниження оточуючих і зневагу до них. Врешті-решт їх чекає розчарування.



2. *Будівники імперій.* Вони володіють (або вдають, що володіють) величезною незалежністю і упевненістю в своїх силах. Пригнічуючи або заперечуючи свою залежність від інших, вони намагаються зробити інших залежними від себе. Багато хто з них неминуче опиняється наодинці і ізоляції, особливо в старості.
3. *Хрещені батьки.* Вони використовують гроші для хабарів і контролю, забезпечуючи собі відчуття переваги. За їх потребою в публічній пошані часто ховаються гнів і підвищена чутливість до приниження. Оскільки вони купують вірність і відданість, то привертають до себе лише слабких і беззахисних. Вони пригнічують ініціативу і незалежність, залишаючись в оточенні другорядних підлабузників.

У дитинстві шукачі влади частіше відчують гнів, ніж страх, і те ж відчуття виражене у них у зрілому віці. Шукачі безпеки в страху відступають, шукачі влади нападають. Жертви владолюбців відчують себе безпорадними і незахищеними, вони компенсують це, приєднуючись до когось сильного і здатного дати відсіч. Вони слідує за «переможцями», особливо якщо у тих є гроші.

Любов. Гроші часто використовуються, щоб купити прихильність, відданість і самоповагу. Оскільки принцип взаємності лежить в основі подарунка, багато хто вважає, що взаємні подарунки є знаком любові і турботи.

1. *Покупці любові.* Багато хто намагається купити любов і пошану: ті, хто відвідує повій, роблять багаті благодійні внески, балують дітей. Вони відчують себе нелюбимими і намагаються уникнути відчуття знедоленості і нікчемності, догоджаючи іншим своєю щедрістю. Проте їм буває важко приймати у відповідь любов, а їхня щедрість іноді лише маскує справжню ворожість до тих, від кого вони залежать.
2. *Продавці любові.* Вони обіцяють іншим любов, прихильність і ласку, яка задовольняє їх самолюбство. Вони легко імітують подібну поведінку і, природно, привертають покупців любові.



Дехто вважає, що психотерапія є формою операції між продавцями і покупцями любові, заснованої на законах попиту і пропозиції. Покупці купують дружню прихильність, що з готовністю продається «терапевтами». Продавці любові взагалі схильні обирати «допомагаючі» професії.

3. *Викрадачі любові.* Клептомани не крадуть речі без розбору, вони обирають лише ті об'єкти, які мають для них символічне значення. Вони жадають любові, але відчують, що не заслуговують її. Вони намагаються ризикувати в інших областях, а в любовних стосунках поводяться дуже скуто.

Можливо, батьки всіх цих «ділків від любові» давали їм гроші не тому, що любили їх, а замість любові. Оскільки вони не знають про те, що можна любити безкорисливо, вони вимушені *купувати, продавати або красти любов*. Єдиним лікуванням для них є справжня емоційна близькість.

Свобода. Це найприйнятніше і найпоширеніше значення, що приписується грошам. Гроші дають час, який можна присвятити своїм інтересам і схильностям, звільняють людину від повсякденної рутини і обмежень, які пов'язані з найманою працею.

Існує два типи прихильників автономії:

1. *Покупці свободи.* Для них гроші означають звільнення від правил, зобов'язань і навіть прохань, які обмежують їх самостійність і незалежність. Вони прагнуть до свободи, а не до любові; насправді вони пригнічують і тому бояться свого потягу до залежності. Вони мріють про такі стосунки, в яких обидві людини одночасно відчували б свободу і духовне єднання. Проте на ділі вони часто виявляються безвідповідальними і ненадійними, викликаючи у своїх партнерів образи і гнів.
2. *Борці за свободу* відкидають гроші і матеріальні цінності як засоби поневолення людей. Часто вони стають політичними радикалами, хіпі або технократами. Вони володіють пасивно-агресивним характером і намагаються розібратися у своїх внутрішніх конфліктах і сплутаних цінностях. Дружба і товариство є для



них головною нагородою в боротьбі проти грошей. Їхній ідеалізм є спробою захиститися від емоцій. Часто вони стають жертвами релігійних сект або терористичних організацій.

Психологія азартних ігор

Відповідь на запитання, чому люди грають в азартні ігри, для більшості здається очевидною: щоб виграти легкі гроші і для розваги. Проте психоаналітики стверджують, що деякі люди, навпаки, грають, щоб програти. І клінічні випадки дійсно підтверджують цю парадоксальну точку зору.

Згідно **Ференці**, кожному, хто коли-небудь грав у казино або на біржі, знайоме відчуття абсолютної впевненості в успіхові, яке є відгомном «інфантильної всемогутності». Ференці вважав, що немовлята сприймають себе не як слабких і безпорадних, а як владних і могутніх створінь, чії потреби задовольняються дорослими, котрі повністю їм підкоряються і не мають самостійного значення в світі. Така нереалістична самооцінка складається тому, що вони не мають способу помітити свою справжню слабкість, залежність і безпорадність. З часом вони стикаються з реальністю; негативні переживання відкривають перед ними «правду життя». Зрілість означає розуміння не лише своїх можливостей, але і їх обмеженості. Більшість з нас втрачає відчуття всемогутності до раннього дитячого віку, але час від часу воно знову оживає, особливо якщо нам чогось дуже хочеться і ми переконані, що можемо це отримати.

«У цьому полягає пристрасть гравця: він вводить себе в стан ілюзорного знання, неначе він дійсно бачить номери, які повинні випасти. За цією наполегливою — всупереч всілякій імовірності — надією на успіх ховається прагнення до програшу». Зрозуміло, не всі гравці — невротики. Мільйони людей регулярно відвідують перегонки, беруть участь у лотереях, проводять час за грою у карти або біля ігрових автоматів. Це дозволяє пережити хвилюючі почуття ризику і азарту і ненадовго створює ілюзію, що вони можуть досягти в житті чогось більшого, ніж мають.



Хоча існує величезне число робіт з психопатології гравців, дуже небагато авторів цікавилися психологією «нормальних» гравців, не одержимих пристрастю до гри. Вперше випадок патологічної пристрасті до гри був розглянутий Фрейдом в есе про Достоевського. Він пов'язував пристрасть до гри, як і інші нав'язливі симптоми, з едіповим комплексом. Основою психоаналітичного тлумачення одержимості є ідея про те, що гравцем рухає несвідоме бажання програти — відчувати себе жертвою несправедливості, пережити розкаяння і докори сумління. Витоки цього лежать в дитинстві: у порушенні взаємостосунків дитини з батьками. Гра може бути способом повернути материнську любов, шляхом покарати себе за недозволені відчуття по відношенню до матері або можливістю «тестування» дійсності.

Крім психоаналітичних, існують інші теорії, що пояснюють поведінку гравців їх особовими особливостями. Так, **Гофман** розглядає гру як сурогат ризикованих ситуацій, що зникли з повсякденного життя. Він показав, що люди, професії яких пов'язані з дуже високим або дуже малим ризиком, вибирають ризиковані ігри. Ті ж, чия професійна діяльність пов'язана з середнім ризиком, вважають за краще не ризикувати у грі. Ці дані підтверджує і Лозковські, котрий показав, що ризикованим іграм віддають перевагу екстраверти і люди, яким не вистачає зовнішньої сенсорної стимуляції.

Крім психологічних чинників, поведінка гравця може бути детермінована демографічними, соціокультурними і ситуативними чинниками. Уокер спробував об'єднати всі ці чинники. На його думку, схильність людини до гри визначається наступними обставинами:

1. *Культура* може схвалювати або навіть рекомендувати різні форми гри.
2. *Референтні групи*, з якими людина себе ідентифікує, можуть практикувати певну ігрову поведінку.
3. *Соціальне навчання*: способи, в які новачки навчаються правилам і результатам гри.
4. *Особистість*: індивідуальні відмінності можуть впливати на певні наслідки гри.



5. *Криза і стрес*: гра може використовуватися як компенсаційний механізм.
6. *Дозвілля*: гра може бути важливим аспектом проведення часу на відпочинку.
7. *Соціальне підкріплення*: соціальні контакти і обстановка, в якій проходить гра можуть викликати приємні відчуття.
8. *Потреба у фізіологічному збудженні*: гра може служити стимулюючим засобом, який використовує людина для регуляції нервового збудження.
9. *Пізнання*: ігровий досвід може використовуватися в цілях вивчення і розуміння дійсності.

Причини грошових розладів

Виділяють 10 психологічних чинників, які можуть призвести до серйозних проблем у грошовій сфері:

- 1) *помилки гравця*: невміння вчасно зупинитися і надія відігратися;
- 2) *жадібність*: союзник маніпуляторів і шахраїв;
- 3) *страх*: примушує відмовлятися від розумного ризику;
- 4) *заздрість*: відволікає людину, обмежує її можливості і є марною тратою психічної енергії;
- 5) *гнів*: може розладнати ділові стосунки і перешкодити угоді;
- 6) *самооцінка*: думка, що людина нездатна стати багатою;
- 7) *задоволеність*: вдовolenня своєю долею;
- 8) *чесність*: нездатність жертвувати певними принципами заради вигоди;
- 9) *співчуття*: емоційна м'якість, чуйність і турбота про ближніх можуть призводити до неправильних економічних рішень;
- 10) *сентиментальність*: прихильність традиціям, що примушують людей не цінувати багатство і не прагнути до нього.

Психотерапевти вважають, що поведінка і установки по відношенню до грошей не є чимось ізольованим, а складають невід'ємну частину особистості в цілому. Люди, схильні відмовлятися



від грошей, можуть також відмовлятися від любові, подяки або інформації, пропонованих іншими. Люди, які турбуються про своє фінансове становище, можливо, відчувають заздрість або страх залежності. Гроші можуть концентрувати в собі фантазії, страхи і бажання, а також бути об'єктом витіснення, спотворення і захисту; можуть бути пов'язані із зброєю, пристрастю, захопленням, свободою, владою і авторитетом, захватом і збудженням, виживанням і безпекою, сексуальною потенцією, перемогою і винагородою. Вони можуть сприйматися як знаряддя нападу або щит, транквілізатор або стимулятор, талісман або приворотне зілля, лася страва або пухнаста ковдра... Те, що ми носимо гроші в кишені, витрачаємо їх або відкладаємо, наповнює нас відчуттями гордості, сексуальної привабливості, невразливості, і, можливо, навіть безсмертя. Навпаки, брак грошей може викликати у нас відчуття пустки, занедбаності, приниження, неповноцінності, тривоги, гніву і заздрості.

Метьюз, ґрунтуючись на клінічній практиці, вважає, що поведінка і установки стосовно грошей є наслідком емоційної динаміки раннього дитинства; стосунків з батьками, друзями, вчителями і сусідами; культурних і релігійних традицій; а також сучасних технологій і впливу ЗМІ. Функції грошей, перераховані нею, різноманітні: гроші можуть використовуватися для вираження недовіри і підозри; створення внутрішньосімейних союзів і виключення інших членів сім'ї; вони можуть породжувати маніпуляцію; служити проєкціями емоцій і звинувачень. Гроші часто використовуються як інструмент контролю; засіб створення неприродної залежності; як спокутування батьківської вини; як заміна щирого вибачення; як вираження проблеми меж, коли члени сім'ї не можуть сформулювати, де їх початок і кінець.

Багато грошових розладів, за спостереженнями Метьюз, сягають корінням у сім'ю. Батьки виражають за допомогою грошей свої почуття по відношенню до дітей, заохочуючи їхні хороші звички і шкільні успіхи. Сімейні послання щодо грошей звичайно



бувають одночасно відкритими і прихованими, часто виявляються непослідовними і заплутаними. Деякі діти відповідають на батьківські послання прямо протилежною поведінкою, що справедливо і відносно грошей. У надбережливих батьків можуть вирости марнотратні і необачні діти. Інші діти намагаються перевершити батьків у фінансовому відношенні. Деякі здаються абсолютно байдужими до грошей і ніби «не від світу цього». Їх ставлення до грошей передбачає, що вони їх не заслуговують. Природно, той, хто вважає, що не заслуговує справедливої оплати за свою працю, її і не отримує.

Багато моделей фінансової поведінки зумовлюються культурними стереотипами і цінностями. Вони диктують, кого вважати багатим, а кого бідним; як заробляти гроші і на що витратити вільні кошти; хто є фінансовим героєм і антигероєм. Засоби масової інформації зміцнюють прийняті в суспільстві грошові цінності і звички за допомогою реклами, розважальних програм і благодійних марафонів.

Незважаючи на те, що більшість досліджень у області грошових розладів заснована на клінічних випадках досить важких патологій, багато «нормальних» людей можуть відчувати ті ж проблеми в легшій формі. Кожен знає надмірно економних або навіть скупих людей, які у всьому собі відмовляють, так само, як необережних і марнотратних, котрі постійно залізають в борги. Література з грошової патології показує, що гроші можуть символізувати потреби в безпеці, свободі, владі і любові. Проте вони не можуть до кінця задовольнити ці потреби. І оскільки багато людей вважають, що їхні невдачі в задоволенні цих потреб викликані нестачею грошей, вони подвоюють зусилля, щоб заробити ще більше. Таке замкнуте коло, в якому вони знаходяться, поступово звужується, і легка патологія має тенденцію переходити у важку. Ці спостереження психотерапевтів мають важливе значення для психопрофілактики грошових розладів.

Чинники, що впливають на ставлення до грошей

Застосовуючи спеціальні вимірювальні методи, вчені виявили багатозначність ставлення до грошей: гроші — це мірило удачливості і благополуччя, оцінка успішності діяльності людини; це одночасно і соціально прийнятний атрибут буття, і об'єкт презирства, навіть моральне зло; гроші виступають як спосіб забезпечення комфорту і, нарешті, гроші — це консервативна комерційна цінність.

До **чинників, що впливають на грошову поведінку**, відносять: *вік, соціальне оточення, економічний стан, особистісні особливості*.

Статеві відмінності були помічені в роботах різних авторів. У чоловіків виявлена тенденція надавати грошам підвищеної цінності. Вони виявилися компетентнішими в поводженні з грошима і більш схильними до ризику з метою їх отримання. Жінки ж виражають сильнішу фрустрацію з приводу відсутності грошей і більше зазд-
рять тим, хто їх має.

Хлопчики і юнаки виявляють велику, порівняно з дівчатками і дівчатами, здатність накопичувати, щоб купити з часом якусь важливу річ. Результати досліджень показали, що у хлопчиків, на відміну від дівчаток, більш виражена здібність до фінансового самоконтролю, що добре узгоджується з очікуваною від них у майбутньому відповідальністю в економічній сфері життя, традиційною роллю чоловіка в сім'ї як здобувача, головного годувальника.

З віком пов'язана особливість планувати бюджет і співвідношення мотивів споживання і накопичення (збільшуються накопичення на випадок хвороби та інших неприємностей). Результати досліджень показали, що жінки більшою мірою, ніж чоловіки, а молоді більше, ніж зрілі і немолоді, використовують витрати, покупки як чинник самозаспокоєння, психотерапії.

Мало вивчений вплив на грошову поведінку особистісних особливостей. Виявилося, що стійкі екстраверти ставляться до грошей більш відкрито, комфортно, безтурботно, ніж стійкі інтроверти.



З низькою самооцінкою і невпевненістю в собі виявилися пов'язані і дуже обмежувальна поведінка і, навпаки, марнотратство. Було показано, що марнотратники менш упевнені в собі, мають нижчу самооцінку, ніж звичайні споживачі. Згідно з результатами іншого дослідження, люди, що дотримуються в грошовій етиці «речизму», менш задоволені життям, ніж ті, у кого превалюють духовні і соціальні цінності.

Місячний заробіток теж впливає на сприйняття людини людиною. Багатих людей сприймають як відносно здорових, щасливих і добре пристосованих, бідних — як непристосованих і нещасних. Отже, матеріальне становище, економічний статус впливає на образ людини в очах інших.

Гроші, дохід — це закрита тема. За даними дослідження **К. Рабінстайна**, яке було виконане для журналу «Психологія сьогодні» і охопило більше 2000 респондентів, 57 % опитаних вважають розсудливим приховувати свій дохід від сім'ї і друзів. Що стосується розголошення свого доходу, то 97 % були готові розголосити суму своєму чоловікові; 52 % — батькам, 44 % — друзям, 29 % — співробітникам, 18 % — братам і сестрам. Відсоток респондентів, що приховують своє фінансове становище, збільшується із зростанням доходів. І ще одна особливість: чим більше в сім'ї джерел доходу, тим більше розбіжностей з приводу витрат і внесків.

Опитування економічних уявлень працівників підприємств з різними формами власності, проведені **А. Л. Журавльовим** і **Н. А. Журавльовою** [46], свідчать про те, що працівники недержавних організацій вище оцінюють як інтенсивність свого бажання мати гроші, так і в цілому значущість для них грошей. Респонденти, що працюють у комерційних організаціях, частіше оцінюють себе як щедрих, на думку інших людей.

Більшість опитаних незалежно від форми власності підприємств, на яких вони працюють, дотримується думки про те, що найбільше у ряді різних дій з грошима їм подобається гроші отримувати. Працівники держпідприємств частіше вважають за краще мати

гроші на руках (у гаманці), що виступає для них другою за частотою дією з грошима, якій вони віддають перевагу, а для працюючих у недержавних організаціях дана відповідь є третьою за частотою. Третьою серед дій з грошима, яким віддається перевага, у працівників держпідприємств і другою у працівників комерційних організацій є витрачання грошей. Працівники недержавних підприємств частіше вважають за краще давати гроші під відсотки.

Типовою для половини опитаних є думка про те, що гроші змінюють людину в гірший бік. Думки про те, що гроші роблять життя людини змістовним і щасливим і що наявність грошей є показником значущості людини в суспільстві (гроші прославляють людину) частіше характерні для працівників комерційних підприємств, ніж для працівників державної сфери. Для більшості респондентів гроші необхідні для того, щоб: зробити життя нормальним, для задоволення фізіологічних потреб і підтримки здоров'я, для допомоги іншим людям. Для працівників недержавних організацій прагнення використовувати гроші для того, щоб задовольняти будь-які свої бажання, добре проводити час, розважатися і шикувати, зустрічається частіше, ніж серед працівників держпідприємств.

У іншому дослідженні викладачів державних університетів у Канаді і Росії було доведено, що чинник класової приналежності перекриває чинник культурно-територіальних відмінностей: у обох групах гроші — це периферичний чинник життя, його інструментальна сторона, засіб, а не мета.

У іншому дослідженні порівнювався ступінь впливу на грошові аттитюди чинника приналежності до класу з таким чинником як рівень доходу.

Виявилось, що для підприємців гроші — не просто чинник праці, як у банківських службовців, але й мета підприємницької активності і її стимул: більший прибуток, більший оборот капіталу. Крім того, це чинник безпеки і надійності справи, фірми. Жорсткі умови нерозвинутого ринку, незахищеність з боку закону вимагають від дрібного підприємця автономії, самостійності і самозбереження, для забезпечення яких важливі гроші.

Підприємці більшою мірою, ніж представники інших груп, усвідомлюють гроші як чинник впливу на людей і форму влади. При цьому, як показали дані досліджень, вони відчують велику залежність від грошей. Підприємці здійснюють постійний контроль за своїми грошима, завжди знають вміст свого гаманця, віддають пріоритет готівці, рідше використовують гроші як терапію, рідко тринькають, кидають гроші на вітер. Гроші розглядаються підприємцями як предмет гордості.

Ставлення до грошей є важливим компонентом економічної свідомості груп і конкретних людей. Гроші можуть виступати і метою, і засобом. Вплив чинника класової приналежності перебиває вплив рівня доходу і культурних відмінностей на відношення до грошей.

Вивчення психології грошей в нашій країні тільки починається. Для досліджень у цій області саме зараз відкривається широке поле, оскільки перехід країни до ринкової економіки можна у загальних рисах вважати таким, що відбувся. Одним з наслідків цього переходу є те, що в житті кожного жителя колишнього СРСР гроші зайняли набагато важливіше місце, ніж 15 років тому, швидше за все, куди вагомніше, ніж для жителів економічно розвинених західних країн. Хоча крос-культурні дослідження залежності психологічного благополуччя від доходу на душу населення, проведені в 55 країнах, не включали російських і українських даних, але можна сміливо припустити, що Росія і Україна опинилися б у них поряд з Індією і Бразилією, де між доходами і щастям спостерігається лінійна залежність.

Реальності економічної кризи, що переживається нашою країною, підтверджують висновки західних психологів: приказка не «в грошах щастя» справедлива лише для благополучних країн. Повчальний для нас і інший результат: найбіддужішими до грошей є в розвинених західних країнах представники середнього класу. Це означає, що в нашій країні — країні з нерозвиненим середнім класом і все більш зростаючим розривом між верхнім і нижнім соціальними шарами — грошова патологія та інші психологічні проблеми, пов'язані з



грошиаа, поширені повсюдно. І слідом за відкриттяа таких «хвороб століття» як депресія, швидше за все, вітчизняним психологам і психотерапевтам ще належить відкрити різноманітні форми «грошового безумства», деякі з яких стисло були описані в даному підрозділі.

Висновки

1. Гроші — необхідний атрибут функціонування економіки в сучасному світі. При ефективному виконанні своїх основних функцій (світові гроші, міра вартості і засіб обігу, засіб накопичень та заощаджень, засіб платежу) гроші стимулюють економічний і соціальний прогрес. Різнобічність грошей як чинника детермінації абстрагованих міжособистісних процесів економічного обміну робить їх психологізованим явищем.

2. Передумови розвитку психологічних досліджень феномена грошей на рівні особистості можна знайти в класичних підходах психології: у психоаналізі, біхевіоризмі, в теорії розвитку Ж. Піаже, в роботах когнітивіської орієнтації.

3. До чинників, що впливають на грошову поведінку, відносять: вік, соціальне оточення, економічний стан, особистісні особливості.

4. Ставлення до грошей є важливим компонентом економічної свідомості груп і конкретних людей. Гроші можуть виступати і метою, і засобом. Вплив чинника класової приналежності перебиває вплив рівня доходу і культурних відмінностей на відношення до грошей.

5. В нашої країні — країні з нерозвиненим середнім класом і все більш зростаючим розривом між верхнім і нижнім соціальними шарами — грошова патологія та інші психологічні проблеми, пов'язані з грошиаа, поширені повсюдно.

Контрольні запитання

1. Як розглядаються гроші з психологічної точки зору?
2. Назвіть чинники, що впливають на ставлення до грошей.



3. *В чому полягають психологічні наслідки відірваності грошей від виробництва?*
4. *у чому полягають статеві відмінності грошових аттитюдів?*
5. *Які особливості «грошової» поведінки найчастіше виявляються у людей із заниженою самооцінкою ?*
6. *Кому люди більшою мірою схильні розголошувати відомості про свій дохід і чому ?*
7. *Чому із збільшенням джерел доходів у сім'ї посилюються розбіжності з приводу витрат і внесків?*
8. *Чи впливає розмір доходу людини на її сприйняття іншими людьми?*
9. *Які основні причини боргів?*
10. *Які симптоми грошової патології вам відомі?*
11. *Які існують пояснення грошової патології?*
12. *Для яких типів людей гроші є символом безпеки ?*
13. *Які типи людей виділяються серед шукачів влади за допомогою грошей?*
14. *Які люди віддають перевагу ризикованим іграм?*
15. *Які особливості ставлення до грошей у підприємців?*

» 3.5 Психологія багатства і бідності .

У народній економічній свідомості глибоко вкорінявся міф про добродесну бідність і порочне багатство. При бажанні даний міф цілком можна підтвердити доказовими прикладами. Багато великих мислителів, винахідників, творців внесли неоціненний внесок у культурну скарбницю людства, нітрохи не піклуючись про власне матеріальне благополуччя. Деякі взагалі не були оцінені сучасниками, і їх видатні досягнення за життя практично не були винагороджені. Так, великий Моцарт був похований за казенний рахунок у безвісній братській могилі, тому що після його смерті на більш гідне поховання не знайшлося коштів. Діоген, Сократ, Франциск Асизський, Махатма Ганді — пристрасно викривали користолюбство, проповідували граничну скромність у побуті і всім своїм способом життя прагнули утвердити ідеали невибагливості і стриманості. Та й багато не таких видатних людей — і в колишні часи, і в наші дні — по праву можуть бути визнані людьми гідними і благородними, хоча й не володіють ніякими багатствами.

І навпаки, серед власників великих капіталів є люди, що відрізняються жорстокосердістю, черствістю, низькими схильностями.

У народній творчості багач завжди постає в невигащному світі, програючи бідному, але розумному і чесному герою. У результаті він завжди покараний — принаймні, позбавлений свого багатства. При цьому цікаво, що герой-бідняк винагороджується тими ж коштами — обсіпаний золотом. Вже в цьому явно виявляється суперечливість народних уявлень: багатство порочне і низьке, прагнути до нього грішно, але його все-таки краще мати, ніж не мати.

Всі подібні приклади — як реальні, так і вигадані — дозволяють впасти в оману, що суперечить елементарній логіці. Життєві рівняння «бідний — значить чесний», «багатий — значить підлий» містять у собі логічну помилку, підмінюючи звичне поєднання ознак причинно-наслідковим казуальним зв'язком.

Існують мерзенні багатії і благородні жебраки. В той же час, можна бути чудовою людиною і володіти крупним банківським рахунком, а можна і без гроша за душею залишатися нікчемою і покидьком.

У теорії моральних почуттів А. Сміта [82] і цілій низці інших робіт доведено, що поняття добробуту і чесноти ніяк не взаємозв'язані: такого висновку дійшли і економісти, і психологи.

Напевно, мають рацію ті, хто стверджує: «Бідність не вада». Проте ніяка це і не чеснота. Швидше — недолік, бо більшість бажала б його позбутися. Тільки не у всіх це виходить. Тоді включаються психологічні механізми самовиправдання, як захисні механізми.

До проповідників бідності чомусь відносять і старокитайського мудреця **Конфуція**. Але ось те, що він написав насправді: *«Люди хочуть для себе багатства і слави; якщо те і інше не можна знайти чесно, слід їх уникати. Люди бояться бідності і безвісності; якщо того і іншого не можна уникнути, не втрачаючи честі, слід їх прийняти»*.

Як бачимо, і в даному випадку йдеться не про перевагу бідності над багатством, а про способи збагачення. Існують і гідні способи, і це великий мудрець під сумнів не ставить. Ось коли такий спосіб недоступний, доводиться змиритися з бідністю як з неминучим злом. Щодо того, що це благо, насправді не сказано ні слова.

Нарешті, як вирішальний аргумент часто наводяться рядки зі Святого Письма. Ось що читаємо ми в Євангелії від Марка [68]: *«Легше верблюдові пройти крізь вушко голки, ніж багатому увійти до Царства Божого»*.

Мабуть, тут слід розібратися. Звідки взявся такий дивний образ — верблюд, що проходить крізь вушко голки? Підводить переклад, що грішить зайвою буквальною. Назву «Вушко голки» носили одні з міських воріт у стародавньому Єрусалимі. Ворота дійсно були дуже вузькі. Втім, верблюд крізь них протиснутися все ж таки міг. Але це ставало неможливим, якщо він понад розумну міру був пов'ючений тюками з поклажею. Якщо сприйняти цей образ у контексті історичних реалій, стає зрозумілим: перешкодою духовному зростанню стає не всякий добробут, а лише явно надмірний.



Риторичним залишається питання Остапа Бендера, персонажа книги Ільфа і Петрова «Золоте теля»: «Скільки грошей людині необхідно для щастя?», або якщо хтось не відразу зрозумів: «... для повного щастя». Не дивлячись на те, що гроші давно вже є мірилом відносин між людьми і країнами, у області економічної психології досліджень ще явно недостатньо.

Всі самовчителі збагачення якщо і містять якесь позитивне зерно, то *лише* в тому значенні, що налаштовують людину на відмову від негативного програмування і, по суті справи, на перепрограмування своєї свідомості на користь конструктивного вирішення матеріальних проблем. Але вони при цьому фактично перепрограмовують його на протилежну крайність, замінюючи хибну директиву «Мені ніколи не стати багатим» на таку ж потворну формулу «Я стану багатим за всяку ціну». Наведемо одну дуже повчальну історію.

Старогрецький мудрець **Епіктет** присвятив своє життя заняттям філософією, під якою тоді розуміли весь комплекс знань про світ. Великих доходів ці заняття не приносили, грошей у Епіктета завжди було небагато. Співгромадяни потішалися: «Що ж ти проповідуєш любов до мудрості, а мудрістю своєю не здобув собі навіть такої дрібниці, як гроші?» Роздосадуваний філософ вирішив спростувати образливу думку.

Він проаналізував свої астрономічні і природничо-наукові спостереження і дійшов висновку, що в наступаючому році слід чекати великого врожаю оливок. Тоді на всі наявні кошти він за невисоку плату наперед орендував на сезон всі навколишні маслоробні. Коли дійсно трапився багатий урожай, Епіктет виявився монополістом і зміг майже одразу забезпечити себе до кінця життя. А тим, хто раніше над ним потішався, він говорив: *«Людині мудрій стати багатю неважко. Але нецікаво!»*

І сьогодні на рівні індивідуальної психології масові уявлення про соціальний оптимум як і раніше крутяться біля співвідношення багатства і бідності. Але дивуватися з цього не слід, оскільки це вже давно характерно і для європейської, і для радянської традиції.

Наприклад, щасливі жителі Міста Сонця, якщо вірити **Т. Кампанеллі**, були глибоко переконані, що крайня бідність робить людей негідниками, хитрими, лукавими, лиходіями, обманщиками, а багатство — гордими, надутими зрадниками, які роздумують над тим, чого вони не знають, обманщиками, хвальками. Тоді як об'єднання людей робить всіх одночасно і багатими і бідними: багатими тому, що у них є все, а бідними — тому, що у них немає ніякої власності, і тому що не вони служать речам, а речі служать їм [37].

На думку **Фрідріха фон Хайєка** [34], в конкурентному суспільстві у бідних набагато більш обмежені можливості, ніж у багатих, і проте бідний набагато вільніший за людину з набагато кращим матеріальним становищем у суспільстві іншого типу. При конкуренції у людини, яка починає кар'єру в бідності, набагато менше шансів досягти багатства, ніж у людини, що успадковувала власність. Проте це не тільки можливо, але більш того, конкурентний лад — єдиний, де людина залежить лише від самої себе, а не від милості сильних світу цього, і де ніхто не може перешкодити її спробам досягти наміченої нею мети. Люди забули, що таке несвобода; тому вони часто не зважають той очевидний факт, що низькооплачуваний некваліфікований робітник в Англії — практично в набагато більшому ступені господар своєї долі, ніж дрібний підприємець у Німеччині або високооплачуваний інженер чи директор — в Росії або Україні. Про що б не йшла мова — про зміну роботи або місця проживання, про висловлювання власних поглядів або про проведення дозвілля — йому, можливо, доведеться заплатити за слідування своїм нахилам дорогу, для багатьох навіть дуже дорогу ціну, але перед ним немає абсолютно ніяких перешкод. Він не ризикує фізичною безпекою і свободою, і ніщо не прив'язує його насильно до роботи, місця проживання або соціального оточення, які відведені йому властями.

Психології бідності властиві поточні тимчасові переваги, коли живуть сьогоднішнім днем, не обтяжуючи себе відповідальністю за майбутнє дітей і внуків, країни.

У економічній психології **бідність** розглядається як нездатність підтримувати мінімальний рівень життя.

Бідними вважаються люди, сім'ї або групи осіб, які мають у своєму розпорядженні настільки незначні (матеріальні і культурні, соціальні) засоби, що є виключенням з того способу життя, який відповідає мінімальним вимогам тієї країни, де вони проживають.

Існують різні теоретичні підходи до бідності. При аналізі ставлення до бідності виділяють три групи її **причин**:

- індивідуалістичні (відповідальність за бідність покладається на поведінку і риси особистості бідних);
- структуральні (відповідальність покладається на екстремістське суспільство і економічні сили);
- фаталістичні (причина бідності — успіх і доля).

Саме дослідження особистості бідних людей, на думку учених, є одним з головних внесків психології у пом'якшення гостроти проблем бідності. Особистісні теорії бідності являють собою суперечливий матеріал, проте автори окремих публікацій і оглядів виділяють все ж таки деякі «константи» психологічного портрету людей, які демонструють бідність, що переживається об'єктивно або суб'єктивно (людина сприймає себе як бідну).

Виділяють такі особистісні характеристики бідних:

1. *Тимчасова константа*: у бідних виражена поточна орієнтація і короткочасні плани на майбутнє, тобто тимчасова орієнтація не представлена як здатність особистості відкладати задоволення своїх бажань (відкласти поточні менш цінні цілі в ім'я досягнення пізніших, але важливіших).
2. *Просторова константа*: з бідністю частіше поєднується зовнішній локус контролю, тобто людина вважає, що події її життя керуються випадком, успіхом, сильнішими особами або силами, не підвладними її розумінню, а не обумовлені власною поведінкою.
3. *Енергетична константа*: слабо виражене прагнення до успіху, немає переважання мотиву досягнення над мотивом уникнення невдачі (люди більше бояться поразок, розчарувань, ніж бажають успіху).



4. *Інформаційна константа*: низька самооцінка (також відчуття власної гідності, упевненість в собі). Базисна установка людини з ринковою психологією — готовність відповідати за конкретний результат своєї роботи — складається саме у людей з високою самооцінкою і рівнем домагань.

Одну з *психологічних причин бідності* в нашій країні і колишніх соціалістичних країнах зарубіжні психологи бачать, наприклад, у завищеному рівні споживацьких домагань нашого населення після відкриття залізної завіси. Деякі автори пов'язують цей феномен з тим, що у більшості не розвинений фінансовий самоконтроль, тобто якраз порушена тимчасова перспектива економічної поведінки.

Наші вітчизняні бідні люди, що відчують економічні труднощі — в більшості випадків не люмпен, а жертви різкої стратифікації і вад економічної політики перехідного періоду.

Але об'єктивні причини бідності не применшують ролі суб'єктивних причин. Тому важливе соціально-політичне завдання — сприяти реформуванню знизу доверху, впливаючи на особистісні зміни людей.

Значно меншої уваги вчені надають **психології багатства**. Крім дослідження ставлення до багатих і етики багатства робляться спроби виявити особистісні проблеми, пов'язані з багатством. Так, раптові зміни добробуту (виграш, спадок) часто пов'язані з руйнівними наслідками відносно соціальної ідентифікації (відображення себе як представника іншого прошарку), з проблемами переходу до інших цінностей, інтересів, норм і моделей поведінки. Адаптація до багатства нерідко супроводжується загостренням особистісних проблем у зв'язку із зміною способу життя (фінансова безпека, збільшення часу дозвілля).

Заощадження, резервування, тимчасова перспектива — це характеристики **психології благополуччя і багатства**.

Але, незважаючи на це, багатство далеко не завжди пов'язане з переживанням щастя. Саме тому укорінявся вираз «багаті теж плачуть». Саме по собі багатство, високий дохід знімає одні проблеми і породжує інші. Виявляється, приріст грошей зсуває вісь занепокоєння до інтерперсональних параметрів.

Добробут, звільняючи людину від фінансово-економічних проблем, підсилює її переживання в області внутрішньоособистісних, характерологічних проблем, які гірше розв'язуються за допомогою грошей.

Дані досліджень А. Л. Журавльова і Н. А. Журавльової [44] свідчать про те, що приналежність до групи з певним економічним статусом і діловою активністю обумовлює специфіку змісту уявлень про багату і бідну людину, специфіку ознак, за якими людей відносять до багатих або бідних.

Наприклад, працівники державних підприємств багатство в основному пов'язують з можливістю не думати про завтрашній день, наявністю високооплачуваної роботи і можливістю допомагати близьким матеріально.

У соціальних уявленнях працівників недержавних організацій багатство означає, перш за все, наявність прибуткової справи, можливість не думати про завтрашній день і надавати близьким значну матеріальну допомогу.

Для працівників комерційних організацій значущішими, ніж для працівників держпідприємств, є фінансові критерії багатства (наявність прибуткової справи, крупні пакети цінних паперів надійних банків, крупний внесок в іноземному банку). Для працівників державних організацій істотнішим, ніж для працівників комерційних організацій, виступає один з духовних критеріїв багатства (можливість за бажанням здійснювати сім'єю дорогі подорожі).

Виділяють такі параметри опису соціальних уявлень про багату і бідну людину:

1. *Економічний* — грошовий еквівалент доходу, що є межами бідності і багатства, матеріальні (майнові) ознаки бідної і багатой людини;
2. *Соціальний* — соціально-демографічне положення, професійна характеристика, соціальні функції, уявлення про ступінь поширеності в суспільстві бажання стати багатою людиною;

3. *Соціально-психологічний* — соціальне самопочуття, взаємовідношення з іншими людьми, особливості вербальної і невербальної поведінки;
4. *Індивідуально-психологічний* — рівень вираженості особистісних якостей;
5. *Психолого-економічний* — рівень вираженості якостей суб'єкта економічної діяльності, характеристики ділової активності, ставлення до грошей.

З використанням вищезазначених параметрів Є. С. **Шибановою** і В. А. **Хашенком** [94] було проведене опитування підприємців, керівників і рядових службовців.

Результати дослідження показали, що багата людина, на думку підприємців — це людина, що володіє крупною нерухомістю, власною справою і яка має крупний грошовий рахунок у банку.

Для групи керівників **багата людина** — це той, хто володіє значною нерухомістю, власною справою, має крупний рахунок у банку, капітал у прибутковій справі, пакет високодоходних активів і високий грошовий дохід. Для рядових службовців багата людина — це той, хто володіє власною справою і капіталом у прибутковій справі.

В результаті аналізу даних було встановлено, що верхня межа бідності складає приблизно однакову величину для всіх респондентів, а саме 63 доларів США. Це показує, що існує стійкий соціальний стереотип про межі доходу бідної людини.

Згідно статистичі ООН, % населення земної кулі має середній денний душевий дохід, що не перевищує одного долара. А 20 % людей, які знаходяться на верхніх щаблях суспільства, отримують дохід, в 74 рази більший за дохід 20 % людей, які займають нижні щаблі. Характерно, що 30 років тому цей розрив складав 32 рази [34].

Разом з тим, межа багатства виявилася різною для трьох груп респондентів. Найвища нижня межа багатства у підприємців — 2570 \$, потім у рядових службовців — 2200 \$, у керівників же — 1745 \$ на місяць. Таким чином, думки про те, який дохід треба мати, щоб бути багатою людиною, розділилося.

Цікавий також встановлений емпірично факт існування значних відмінностей у співвідношенні грошових доходів багатой і бідної людини, на думку представників різних соціальних груп: з погляду підприємців дохід багатой перевищує дохід бідної людини в 44 рази, на думку управлінців — у 26 разів, рядових працівників — у 34 рази. Даний результат свідчить про те, що приналежність до контрастної за майновою ознакою соціальної групи (з високим або низьким доходом) підсилює оцінку майнових відмінностей між багатством і бідністю. Суб'єктивний показник співвідношення доходів багатой і бідної людини може виступати як об'єктивний критерій майнової диференціації населення, сформованості так званого середнього класу.

На думку опитаних, найлегше добитися успіху в житті людям:

- працелюбним;
- тим, хто має зв'язки і знайомства;
- спекулянтам і махінаторам;
- професійно підготовленим;
- талановитим;
- діловим і підприємливим;
- добре освіченим; фізично здоровим;
- тим, хто має іменитих батьків;
- хитрим і безпринципним.

У оцінці значущості причин досягнення матеріального успіху в житті респонденти досліджених груп одностайні: найвищі ранги вони присвоїли наступним характеристикам: діловитий, заповзятливий, має зв'язки і знайомства.

Найнижчі ранги були присвоєні таким характеристикам як: працелюбний, талановитий, фізично здоровий.

Це свідчить, з одного боку, про наявність стійкого стереотипу, що стосується причин, з яких люди можуть досягти матеріального успіху, стати багатими — необхідні особисті зусилля і цілеспрямованість.

З іншого боку, в суспільній свідомості визнається той факт, що досягнення багатства в нинішніх умовах найчастіше пов'язане з моральними витратами і здійснюється за принципами «успіху в житті досягає той, у кого є зв'язки».

При описанні образу багатой і бідної людини підприємці частіше використовують соціально-демографічні і особові характеристики (активність, сила, інтелект). Крім того, образ багатой людини у них більш конкретний і більш персоніфікований. Вони частіше називають конкретних осіб як приклади багатих людей.

Респонденти з низьким рівнем доходу більш схильні використовувати зовнішні критерії для описування образів багатой і бідної людини. Наприклад, характеристики зовнішнього вигляду (дорогий одяг, доглянутість — для багатой людини, неохайність, лахміття — для бідного) і матеріальні ознаки (наявність дорогого автомобіля, нерухомості — для багатого, відсутність предметів розкоші, користування громадським транспортом — для бідного). Крім того, рядові працівники в описанні багатой і бідної людини частіше використовують характеристики професії і місця роботи, наприклад, вказують конкретну професію, місце роботи, наявність підлеглих.

У групі керівників образи багатой і бідної людини вийшли досить розмиті, явного домінування якихось ознак не виявлено.

Таким чином, вивчення уявлень про багату і бідну людину в групах підприємців, керівників і рядових службовців показало неоднозначність і суперечливість даного компоненту економічної свідомості. Разом з відмінностями встановлена схожість ряду показників, яка свідчить про стійкість деяких елементів російського і українського менталітету, наприклад, незалежно від типу ділової активності і економічного статусу, респонденти високо оцінюють важливість ділової хватки і наявності корисних зв'язків для досягнення матеріального добробуту і низько — якість працєвистості та наявність таланту.

Висновки

1. У економічній психології бідність розглядається як нездатність підтримувати мінімальний рівень життя. Психології бідності властиві поточні тимчасові переваги, коли живуть сьогодишнім днем, не обтяжуючи себе відповідальністю за майбутнє дітей і внуків, країни.

2. При аналізі ставлення до бідності виділяють три групи її причин:

- індивідуалістичні (відповідальність за бідність покладається на поведінку і особистісні риси бідних);
- структуральні (відповідальність покладається на екстремістське суспільство і економічні сили);
- фаталістичні (причина бідності — успіх і доля).

Одну з психологічних причин бідності в нашій країні і колишніх соціалістичних країнах зарубіжні психологи бачать, наприклад, у завищеному рівні споживацьких домагань нашого населення після відкриття залізної завіси

3. Заощадження, резервування, тимчасова перспектива — це характеристики психології благополуччя і багатства.

4. Виділяють такі параметри опису соціальних уявлень про багату і бідну людину:

- економічний;
- соціальний;
- соціально-психологічний;
- індивідуально-психологічний;
- психолого-економічний.

5. Багата людина — це той, хто володіє крупною нерухомістю, власною справою, має крупний рахунок в банку, капітал в прибутковій справі, пакет високодоходних активів і високий грошовий дохід.

6. На думку більшості людей, найлегше досягти успіху в житті:

- працелюбним;
- людям, що мають зв'язки і знайомства;
- спекулянтам і махінаторам;

- професійно підготовленим;
- талановитим;
- діловим і підприємливим;
- добре освіченим; фізично здоровим;
- людям, що мають іменитих батьків;
- хитрим і безпринципним людям.

Контрольні запитання

1. *Як можна визначити поняття «бідність»?*
2. *Які причини бідності ви знаєте?*
3. *Які психологічні якості відрізняють людей бідних від людей забезпечених?*
4. *Які особливі психологічні причини бідності, типові для нашої країни, ви можете назвати?*
5. *Що розуміється під фінансовими критеріями багатства?*
6. *Які психологічні проблеми типові для багатих?*
7. *Які психологічні якості є відмітними особливостями забезпечених людей?*
8. *Як відрізняються уявлення про багату людину у різних соціальних груп населення?*
9. *Яким, на вашу думку, людям найлегше досягти успіху в житті?*

3.6 Економічна психологія підприємництва і зайнятості

Ринок праці, як і будь-який інший ринок, є сферою застосування економічних методів, тісно пов'язаних з аналізом попиту і пропозиції. Унікальні особливості чинника праці тривалий час були перешкодою для застосування різноманітних економічних концепцій до аналізу стосунків, що складаються на цьому ринку. Довгий час у фокусі дослідження знаходилися в першу чергу багатоманітні інституційні структури ринку праці: взаємодія підприємців і профспілок у процесі укладення колективного договору, різні аспекти трудового законодавства і державної політики у сфері праці і зайнятості. Подібний інституційний підхід був швидше описовим, ніж аналітичним.

Інтеграція психології і економіки праці в загальну теорію зайнятості почалася останнім часом. Розроблені моделі, що описують формування пропозиції праці і попиту на неї, механізм взаємодії продавців і покупців трудових послуг, за допомогою якого відбувається розподіл людей за робочими місцями з певним рівнем заробітної платні.

Економічна психологія надає велику увагу проблемам **зайнятості і підприємництва**. До певної міри ці проблеми є ключовими в оцінках моделей економічної поведінки, оскільки зайнятість і підприємництво є визначальними чинниками для економічної поведінки в інших сферах господарської діяльності — споживацькій, сфері заощаджень і накопичень та ін.

Економічна психологія зайнятості акцентує увагу на економічній поведінці, пов'язаній з відносинами найму і продажу робочої сили. Початковим пунктом аналізу є формалізація причин, що змушують індивідів працювати.

Виділяють **чотири групи причин**:

- 1) **інструментальні**, пов'язані з необхідністю заробляти кошти для існування;

- 2) **задоволення**, пов'язані з цінністю роботи як такої;
- 3) **самореалізації**, пов'язані з потребою реалізувати потенційні можливості індивіда;
- 4) **соціальні**, пов'язані з певними психосоціальними нормами, що стверджують цінність і важливість роботи.

Інструментальні причини якнайповніше розкриваються в економічній теорії, проте робиться це з властивим економічному мисленню одновимірним підходом до людської поведінки. Економічна теорія стверджує, що проблема роботи і кількості роботи розв'язується в рамках дилеми «робота — відпочинок». Саме дана дилема визначає ставку заробітної платні, на яку претендує індивід. Не дивлячись на спробу використовувати суб'єктивні оцінки, в даному випадку рівень, домагання індивіда, дилема «робота - відпочинок» практично не враховує психологічних аспектів зайнятості.

Економічні посилення досить тривіальні: оскільки час доби обмежений 24 годинами, то індивід визначає, скільки йому працювати, а скільки — відпочивати в рамках даного обмеження. Відпочинок в економічному трактуванні є альтернативою споживанню: чим більше індивід відпочиває, тим менше працює, але чим менше він працює, тим менше заробляє для споживання під час відпочинку. Але чим більше він працює для збільшення свого споживання, тобто для збільшення заробітної платні, то тим менше часу у нього залишається для того, щоб її витратити.

Співвідношення обсягу роботи і винагороди за неї розглядається і в рамках різних напрямів класичної психології. Найближче до економічного трактування пропонує біхевіористська орієнтація психології. Зокрема, концепція навчання передбачає, що обсяг і інтенсивність роботи залежать від механізму пропорційного закріплення. В ролі закріплювача виступають гроші й інші стимули. Закріплюючи за допомогою останніх певні моделі поведінки, виробляється механізм слідування певним параметрам об'єму і інтенсивності роботи. В результаті процесу навчання складаються стійкі моделі співвідношення роботи і винагороди.



Дещо в іншому ключі вирішує дану проблему когнітивістська орієнтація психології. Один з її напрямів — **теорія соціальної справедливості** — стверджує, що індивід створює ідеальні конструкції співвідношень своїх і чужих витрат і доходів. При цьому він прагне до їх суб'єктивної рівності таким чином, що на думку **Дж. Адамса**:

Індивідуальний дохід	Дохід інших
Індивідуальні витрати	Витрати інших

Дана концепція була сформульована в рамках теорії соціального обміну. Надалі з'явилися різні варіації цього підходу, що розглядають суб'єктивні порівняння індивіда не лише з іншими, але і з самим собою у минулому і т. д. Інтерпретуючи по-різному результати, дослідники сходяться в одному: при оцінці співвідношення роботи і винагороди за неї індивід, перш за все, орієнтується на своє суб'єктивне сприйняття даного співвідношення, в якому відносна величина доходу дуже часто представляється важливішою, ніж його абсолютна величина. Останнім часом в психології все частіше висловлюється думка, вже підтверджена експериментально, що суб'єктів можна розділити на «чутливих до витрат» і «чутливих до доводів». Якщо дане припущення вірне, і суб'єкти насправді по-різному сприймають величини доходу і витрат (заробітної платні і роботи), то ми маємо право говорити про повну неспроможність економічної теорії праці, що пов'язує витрати праці і доходи жорсткою залежністю.

Економічна психологія досліджує проблему зайнятості набагато об'ємніше, звертаючи увагу не тільки на співвідношення роботи і винагороди за неї, але й на такі питання: чому люди працюють, як впливають на їх поведінку податки, яке співвідношення між грошовою винагородою і соціальною значущістю роботи, які психологічні складові безробіття. Якщо досліджується проблема заробітної платні, то найбільший інтерес викликають питання співвідношення сприйняття стабільних і нестабільних заробітків. У відносинах

найму вивчаються аспекти бажання працівників підкорятися господарю. Спектр економіко-психологічних досліджень зайнятості дуже широкий, тому в навчальному посібнику увагу буде приділено лише деяким, найістотнішим моментам.

Перш за все, слід звернути увагу на дослідження *місця роботи в життєдіяльності індивідів*, значущості роботи щодо інших видів діяльності і відповідності певним соціальним і індивідуальним цінностям. Наприклад, **Т. Герлінг, Е. Ліндберг і Р. Монтгомері** провели дослідження зв'язку повсякденної діяльності жителів Швеції з їх уявленнями про задоволеність життям.

Результати показали, що «робота» займає місце в першій десятиці видів діяльності з сорока семи, але лише восьме, поступаючись «сім'ї», «любові», «школі», «збереженню здоров'я» і т. д.

Така оцінка стає зрозумілою, якщо звернути увагу на ранги цінностей, першими з яких були оцінені «щастя», «любов», «безпека», «свобода» і «внутрішня гармонія», тобто цінності, що лише опосередковано реалізуються роботою, або взагалі нею не реалізуються (наприклад, «свобода»). Можна припустити, що суб'єктивне сприйняття важливості роботи велике, проте, в цілому, не повинне перебільшуватися.

Наступним важливим аспектом економічної психології зайнятості є *виявлення переваг в рамках альтернативи «працювати—не працювати»*. Цікаве опитування було проведене **Н. Морсом і Р. Вейссом**. Респондентам було поставлене запитання: «Чи ви працюватимете, якщо отримаєте великий спадок?». Тільки 20 % респондентів дали негативну відповідь. Інакше кажучи, існують обґрунтовані сумніви, що інструментальні причини є головними в мотивації роботи.

Якщо гроші, згідно інструментальному економічному підходу, не є головним мотивом роботи, то можна припустити, що на даний мотив впливають інші стимули. Безумовно, і це узгоджується з біхевіориським підходом, такі стимули як просування по службі, нематеріальні стимули можуть слугувати «закріплювачем» мотивації роботи, проте їх значущість також не варто переоцінювати. За даними польського психолога **Я. Соколовскі**, у разі підвищення якості своєї

роботи тільки 11,5 % чекають у відповідь фінансової винагороди, 14,5 % — просування по службі, 14,5 % — зростання професійного престижу і 36 % — задоволення самою роботою. Роль неекономічних чинників є очевидною. З 80 % респондентів, які заявили, що вони продовжать роботу, навіть якщо отримають великий спадок, 32 % відповіли, що вони продовжать роботу, «щоб бути зайнятим», 36 % — «щоб уникнути нудьги і самоти», 14 % — «тому, що людина втратить себе без роботи», а 9 % — «тому, що робота приносить їм радість». Таким чином, серед чотирьох чинників причин роботи, як бачимо, найбільше значення мають чинники самореалізації і соціальної значущості роботи.

При оцінці ролі матеріальної винагороди слід враховувати соціальну і вікову диференціацію. Так, за наслідками опитування жителів Швеції, проведеного **Т. Герлігом** і його колегами, видно, що значущість роботи підвищується з віком і досягає свого максимуму в передпенсійному віці.

За даними ряду обстежень, у США соціальна значущість деяких видів діяльності явно не відповідає їх матеріальному еквіваленту. Наприклад, психолог «цінується» вище, ніж міністр або банкір, а шкільний вчитель має перевагу перед власником фабрики зі 100 працівниками. Найменш престижними вважаються професії офіціанта, таксиста, прибиральника і чистильника взуття. Такого роду соціальна оцінка виконує величезну роль у виборі професії, нерідко превалюючи над чисто інструментальними мотивами.

Психологія зайнятості не може не враховувати такого соціального явища, як безробіття. Більшість досліджень свідчать, що боязнь втратити роботу має сильний вплив на мотивацію до зайнятості. Проте і тут необхідно диференціювати інструментальні економічні і соціальні психологічні чинники. Значущість останніх особливо виразно виявляється у високорозвинутих суспільствах, що мають могутню систему соціального забезпечення, зокрема забезпечення безробітних. Не дивлячись на високі і стабільні допомоги, більшість тих, хто втратили роботу, прагне знайти нове місце якнайшвидше.

Одним з найістотніших чинників є соціальне засудження незайнятості. Тут є сенс пригадати вчення Вебера про протестантську етику і прослідкувати шляхом крос-культурного аналізу психосоціальні норми, що регламентують зайнятість.

Іншим чинником є виникнення психологічного конфлікту у безробітного, що надалі призводить до депресії. Особливість цього стану така, що, як показують практичні дослідження, чим довше продовжується період вимушеної незайнятості, тим менше в оцінках суб'єкта стає соціальна значущість роботи як такої. Важливу роль виконують і причини підсвідомого характеру, перш за все потреба в приналежності до групи. Багато хто з респондентів вказує на колектив як на одну зі всіх причин, що спонукають до роботи.

Психоаналітичне пояснення криється і в аналізі такого феномена, як бажання знаходитися в підпорядкуванні, виконувати роботу не за своєю ініціативою, а за розпорядженнями зверху. Тут слід навести приклад досліджень американського експерта з психології управління М. Маккобі, який вважає прояв даної якості розвитком підсвідомих тенденцій, що беруть свій початок у сім'ях патерналістського типу з домінуючою роллю батька. Дана підстава має настільки сильний, на думку Маккобі, вплив на економічну поведінку, що до неї схильні не тільки рядові працівники, але й висококваліфіковані експерти. Останні відрізняються високим професіоналізмом, але при цьому їхня поведінка характеризується «примхливістю»: вони одночасно вимагають самостійності і шукають схвалення з боку вищої ланки управління. Значущість даної психологічної тенденції виявляється і в такому процесі, як вибір між роботою за наймом і відкриттям власної справи.

Часто навіть у край скрутному матеріальному становищі індивід не ступає на шлях підприємництва не тільки тому, що боїться ризику, невизначеності, не має капіталу і знань, але й тому, що його психологічний світ вимагає включення у зв'язки підпорядкування.

Теорія підприємництва є напрямом теоретичного і прикладного знання, де економічна наука і психологія знайшли спільну мову

ще на початку ХХ століття при створенні економічної теорії підприємництва. Учені не змогли описати це складне соціальне явище за допомогою чистих економічних категорій. Тому і **И. Шумпетер**, і **Дж. Мілль** включали до свого аналізу підприємництва такі категорії як прийняття ризику й інновація [98]. Дж. Мілль вважав, що прийняття ризику є ключовою якістю підприємця, що відрізняє його від інших суб'єктів господарської діяльності. И. Шумпетер вважав, що такою відмінною якістю є інновація. Найприкметніше полягає у тому, що переконання обох учених збігалися в питанні необхідності виділення психотипу підприємця із загальної маси господарюючих суб'єктів, у визначенні підприємця як певної відмінної «економічної особини».

На думку економістів, необхідно розрізняти *поведінку підприємця* і *поведінку менеджера*. Останній виконує схожі економічні функції, але центр ваги його дій знаходиться у області контролю і управління ситуацією, тоді як на підприємця лягає, точніше, він сам бере на себе, тягар прийняття рішення.

Наскільки теорія підприємництва є предметом саме економічної психології, можна судити за словами відомого американського ученого **З. Блека**: «Підприємництво, коли воно виникає, є результатом матеріальних передумов, але в той же час воно є станом мислення, баченням світу, типом особи, мотивацією і ідеологією». Традиція психологічної оцінки підприємництва в економічній теорії підходить до ідей «господарського духу», «протестантської етики» історичної школи політичної економії. Проте, не дивлячись на такий ґрунтовний фундамент, протягом всього століття теорія підприємництва розвивалася як другорядна побічна дисципліна і в економіці, і в психології. Перелом відбувся в 70 - 80-і роки, коли до даного напрямку науки різко зріс інтерес з боку ділових кіл. Головна причина такого інтересу була обумовлена динамікою економічних процесів у провідних капіталістичних країнах і, перш за все, у Сполучених Штатах.

Вже на початку 70-х років американські вчені і практики помітили тривожну тенденцію в структурі інвестицій найбільших корпорацій — падіння частки витрат на НІДКР у ряді ключових галузей економіки і скорочення витрат на НІДКР за довгостроковими — від п'яти років і більше — проектами. Стурбовані даною тенденцією, учені провели ряд досліджень і встановили, що однією з причин є економічна поведінка вищої ланки управління корпорацій.

Менеджери великих корпорацій прагнули перш за все до зміцнення становища своїх фірм на ринку і одночасно до зміцнення своїх особистих позицій у корпораціях. І те й інше мало коріння в специфіці корпорації, як товариства з обмеженою відповідальністю. Знаходячись, по суті, як найняті робітники у власників корпорацій — акціонерів — і несучи відповідальність перед ними за стан справ і виплату дивідендів, менеджери вважали за краще не ризикувати і орієнтувалися на найімовірніші, короткострокові проекти, які приносили стабільні доходи. Тим самим з виробничих програм корпорацій поступово зникали інноваційні, довгострокові проекти, що вимагали ризику. Надалі з'ясувалася ще одна негативна риса, але вже психології, домінуючої усередині корпорацій — ті індивіди, які демонстрували схильність до нововведень і нестандартних рішень, виявилися важко сумісними з ієрархічною системою вертикального підпорядкування, пануючою в корпоративних структурах. Через десятиліття картина істотно змінилася.

В результаті численних досліджень було встановлено, що психологія людей, які включилися в цей підприємницький бум, насправді відрізняється від психології менеджерів великих корпорацій. Нові підприємства здійснювали прориви в ризикових, технологічно складних галузях, стимулюючи тим самим не лише науково-технічний розвиток, але і змінюючи кредитну політику банків, привчаючи останніх до вкладень в інноваційне виробництво. В результаті досліджень підприємницького буму в Америці, проведеного французьким Національним агентством із створення підприємств, були формалізовані моделі економічної поведінки, типові для підприємців і менеджерів.

Мотивація підприємця ґрунтується на прагненні до економічної незалежності і опори на власні сили; підприємець не боїться «забруднити руки брудною роботою», може замінити власних працівників; схоплює суть справи, а не структуру управління; звертає увагу — перш за все на технології і ринки; вважає за краще скромний ризик, заснований на розрахунку, готовий інвестувати великі суми, але якщо вони дають віддачу; найвище цінує свою незалежність, не звертає особливої уваги на символи і аксесуари своєї діяльності; невдачі для нього — уроки; орієнтується на свою власну думку; і, нарешті, поганий сім'янин, що цілком віддає себе справі.

Класичний менеджер мотивується, перш за все, прагненням до просування по службі і владі; уміє делегувати повноваження, керувати групою, що займає, фактично весь його час; головним вважає професійне управління, звертає увагу, перш за все, на атмосферу, що панує усередині фірми, дуже обережний; для нього велике значення має символіка його діяльності — який у нього офіс, на якому поверсі він розташований і т. д.; прагне уникати помилок і несподіванок, визнання поразки відкладає на останній момент; погоджується з тими, хто має владу, своє рішення визначає, дізнавшись думку патрона; хороший сім'янин.

У цей період переживають друге народження праці американського психолога Д. **Макклелланда**. Працюючи в 40 - 60-і роки, Макклелланд створив психологічну теорію, багато з положень якої мають безпосереднє відношення до підприємництва. Він висунув гіпотезу, згідно з якою індивідуальна економічна активність залежить від потреби до дії успіху. Чим сильніше розвинена ця потреба, тим більших успіхів у бізнесі досягає той або інший суб'єкт. Шляхом різних експериментальних досліджень Макклелланд і його колеги виробили методику визначення кількісних параметрів потреби до досягнення. Надалі була встановлена кореляція між високим нЕйч (пАсБ) (так скорочено формулюється поняття потреби в досягненнях) і успішною підприємницькою діяльністю. Макклелланд вважав, що ключовою якістю підприємця є прагнення до нововведень, тому

навіть такі моменти як власність на дане підприємство, не мають для підприємця принципового значення. Він також більше покладається на допомогу експертів, ніж родичів і знайомих. Він вважає за краще почати нову справу, а не розвивати вже налагоджене виробництво. У підприємця достатньо своєрідне ставлення до грошей — психологічна цінність грошей для нього полягає в їх ефективності як засобу досягнення мети, самоцінність грошей для підприємця невисока.

На думку Д. Маккеланда, підприємці, що створюють фірми, рідко відрізняються лідерськими якостями, тому що у них домінує мотив досягнення, який є «грою однієї людини», і для нього не вимагається глибокого залучення інших людей. Таке трактування співзвучне даним тих авторів, які роблять акцент на незалежності особистості підприємця. Маккеланд також виділяє як провідні мотиви підприємця прагнення до незалежності свободи дій, творчої роботи і створення капіталу. Як видно з таблиці 10, у менеджера інша мотивація.

И. Шумпетер виділяє три мотиви підприємницької діяльності:

1. Це прагнення до влади, володіння. У справжнього підприємця потреба панувати розвинена навіть сильніше, ніж банальне прагнення до матеріального благополуччя.
2. Воля до перемоги і успіху. Прибуток для підприємця є барометром успіху.
3. Радість творчості, творення. Освоюючи нові комбінації, тобто виробництво нових, раніше невідомих благ, нові технології, нові джерела сировини, досконалі системи організації і управління, підприємець прагне до тріумфу.

З позицій інноваційного менеджменту підприємець — перетворюючий лідер — на відміну від лідера нормативного або адміністративного менеджменту.

Чітких меж між підприємцями і менеджерами інколи не існує. Дві ці фігури можуть бути представлені в одній особі в малому бізнесі. Крім того, є проміжна фігура — інтрапренер або «внутрішній підприємець» — який володіє тим же комплексом якостей (див. табл. 10), що і підприємець.

Таблиця 10

*Порівняння особистісних і поведінкових якостей у традиційних
менеджерів, підприємців і інтрапренерів*

	Традиційні менеджери	Підприємці	Інтрапренери
Провідні мотиви	Прагнення отримати просування по службі і мати інші ознаки престижу в корпорації, такі як власний кабінет, штат, владу	Прагнення мати незалежність, свободу дій, творчо працювати, створювати капітал	Прагнення до незалежності дії, отримання позицій в корпорації і відповідних винагород
Сприйняття тимчасової перспективи	Орієнтуються на коротко-строкові тимчасові горизонти: тижневі, місячні, квартальні і річні плани	Орієнтація на 5 — 10 — річні періоди як віхи зростання свого бізнесу	Орієнтація залежить від термінів реалізації поставлених перед собою завдань з урахуванням термінів робіт в корпорації. Звичайно займає середнє положення між «традиційним менеджером» і підприємцем
Характер діяльності	Більше делегує свої повноваження підлеглим і контролює виконання, ніж сам напряму включається в справу	Пряме включення в роботу	Більше виконує роботу сам, ніж передоручає її комусь
Ставлення до ризику	Боязливий	Розумно йде на ризик	Розумно йде на ризик

Закінчення таблиці 10

	Традиційні менеджери	Підприємці	Інтрапренери
Ставлення до статусу	Стурбований символами власного статусу	Немає заклопотаності символами статусу	Не стурбований традиційними символами статусу в корпорації, прагне лише незалежності
Ставлення до невдач та помилок	Прагне всіляко уникати помилок і взагалі несподіванок	Не боїться помилок, виправляє їх і долає невдачі	Прагне приховувати від оточення ризиковані проекти, поки не готовий їх доказово обґрунтувати
Ухвалення рішень	Звичайно погоджується з тими, хто вищий за становищем	Своїми рішеннями реалізує свою мрію	Здатний переконати інших допомагати в реалізації його мрії
Кому служить	Служить іншим	Служить собі і споживачу	Служить собі, споживачу і спонсорам
Характер сім'ї, з якої вийшов	Старші члени сім'ї працювали на великій організації.	З сім'ї дрібних підприємців, представників вільних професій або фермерів	Те ж саме, що й у підприємців
Ставлення до інших	В основному за нормами ієрархічних відносин	В основному ділові і договірні відносини	На основі домовленості з ієрархічною структурою

У підприємницькій діяльності бізнесмен виступає як суб'єкт соціальної дії, багато в чому зумовлюючи характер взаємостосунків і взаєморозуміння між людьми в системах соціального управління.

У якості **складових діяльності підприємця**, як суб'єкта соціальної дії, можна виділити наступні:

- мотив;
- мета;
- планування діяльності;
- переробка поточної інформації;
- прийняття рішення;
- дії;
- перевірка результатів;
- корекція дій (див. рис.6).

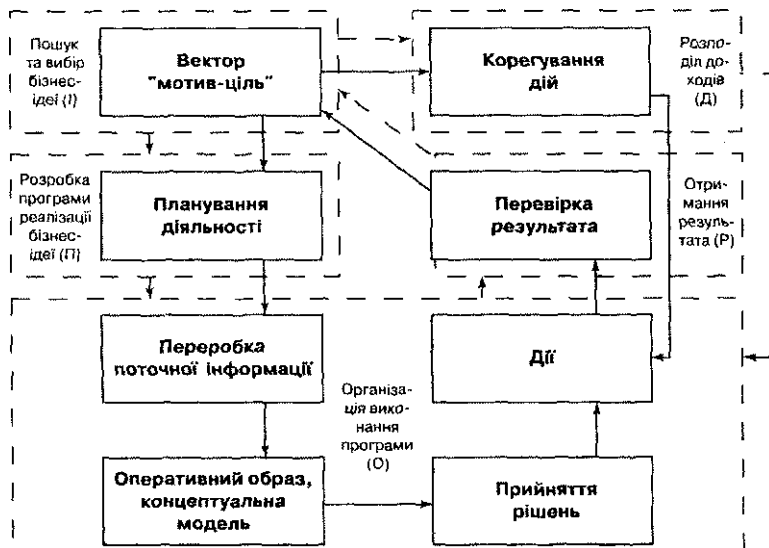


Рис. 6 Структура індивідуальної підприємницької діяльності

Ставлення до підприємництва в суспільстві далеко не однозначне, можливо, внаслідок того, що серед підприємців є колишні комсомольські лідери і представники партійної номенклатури, які привласнили собі не тільки гроші для розвитку нових комерційних структур, але й соціальні контакти, зв'язки, неформальні закони, що дозволяють досягати успіху в тих ринкових умовах, що склалися.

У сучасній Росії і Україні можна виділити **три хвилі підприємництва**:

1. *«Природжені підприємці»*. Це — «цеховики», «тіньовики». Вони почали займатися підприємницькою діяльністю давно, ще при соціалізмі, у формі спекуляції, нелегального виробництва.
2. *«Начальство»*. Представники цієї хвилі підприємництва основні капітали сколотили в ході незаконної, грабіжницької приватизації. Для цього вони користувалися близькістю до розподільної годівниці, оскільки займали ключові позиції в структурах власті і виробництва.
3. *«Масові підприємці»*. Велика частина населення, залишившись в ході реформ без роботи, зарплати і коштів для існування, вимушена зайнятися підприємництвом, щоб вижити і прогодувати сім'ю і дітей. До «масових підприємців» відносяться і бабусі, що поширюють газети, і широко відомі «човники».

Масове підприємництво зовсім не означає дій в масі, у групі, спільно. Навпаки, мається на увазі саме підприємництво на основі індивідуальної ініціативи, пов'язане з особистими якостями кожної людини. Термін «масове» зручний нам у двох планах. .

По-перше, як свідчення того, що психологічні умови, чинники і бар'єри, що спостерігаються в індивідуальних формах бізнесу, носять масовий характер, тобто не дивлячись на індивідуальні відмінності, зустрічаються у всіх підприємців у тій або іншій мірі.

По-друге, як показник приналежності масового підприємництва до масових явищ, зі всіма витікаючими звідси психологічними особливостями: пов'язаністю з психологією натовпу, феноменами масової свідомості, зокрема міфологізацією реальних явищ, залежністю від масової пропаганди і т. д.

Незважаючи на постанови про малий бізнес, підготовку різних програм його підтримки і розвитку, що неодноразово приймалися, ситуацію, що склалася із забезпеченням гарантій масовому підприємництву, благополучною назвати не можна. Абсолютно не враховується успішний досвід інших країн з підтримки малого бізнесу, де підприємцю-початківцю, охочому відкрити свою маленьку справу, надаються не лише державні кредити, але й навіть дається рекомендація, чим вигідніше зайнятися.

Малі підприємства володіють більшою рухливістю в умовах постійно змінних потреб сучасного ринку. Саме тому навіть у вельми процвітаючих країнах з розвиненим крупним бізнесом все більшу частку стали складати дрібні і середні підприємства; у деяких країнах число підприємств з персоналом до 500 чоловік досягає 99,5 % і лише 0,5 % складають великі фірми.

Правда, там є специфіка — особлива функціональна роль найбільш процвітаючих дрібних фірм: це розробка і впровадження інновацій. За даними 1996 року, половина інновацій у США була створена на дрібних підприємствах, і з аналогічної кількості дрібні підприємства реалізують в 4 - 17 разів більше інновацій, ніж великі. За іншими, пізнішими даними, кількість створюваних малими фірмами новинок на 1 доллар витрат в 24 рази перевищує такий же показник для великих компаній, а на частку малих фірм припадає від однієї третини до половини всіх нововведень.

Підприємців не лякає навіть той факт, що в умовах конкуренції важче виживають саме дрібні підприємства. І хоча, за деякими оцінками, 95 % малих підприємств, що виникають на Заході, розоряються, ця статистика не є вироком для малого бізнесу: підприємці, що розорилися, не йдуть з бізнесу, а починають нову справу; тому дійсний відсоток неуспіху набагато нижчий.

Вважається, що **основоположником теорії підприємництва** з погляду економіки є **Йозеф Шумпетер** (1883 - 1950) — австрійський економіст, з 1932 р. професор Гарвардського університету.

У своїй праці «Теорія економічного розвитку» (1911 р.) Шумпетер розглядає ізольовану економіку, де панує приватна власність, розподіл праці і вільна конкуренція. У такій економіці виробництво слідує за споживанням, а виробляти — значить комбінувати речі, що є у розпорядженні виробників, і сили.

Основна мета роботи — «дати логічно завершену модель господарських змін у часі». Шумпетер вважає, що це неможливо зробити без вивчення підприємництва [98].

Згідно з Й. Шумпетером підприємець — це рушійна сила економіки. Енергія і воля підприємця приводять в рух інвестиційний цикл, дозволяють досягати висот технічного прогресу, відроджувати занедбану економіку.

Звичайно підприємець зустрічає протидію з боку навколишнього середовища. Він впроваджує новинки, але «новинки в економіці, як правило, впроваджуються не після того, як спочатку у споживача стихійно виникнуть нові потреби..., а лише тоді, коли саме виробництво прищепить споживачам нові потреби» [98].

Процес виробництва є здійсненням нових комбінацій, що охоплюють п'ять основних випадків:

- створення нового блага;
- впровадження нового методу виробництва;
- освоєння нового ринку збуту;
- отримання нового джерела сировини;
- здійснення реорганізації.

Підприємцями називають господарських суб'єктів, функцією яких є якраз здійснення нових комбінацій і які виступають як його активний елемент.

При цьому нова комбінація повинна забрати необхідні їй засоби виробництва з тієї або іншої старої комбінації, і це є формою конкурентного витіснення старих підприємств.

На наш погляд, теорія підприємництва И. Шумпетера є достатньо оригінальною з погляду пояснення економічних криз — через ідею «нових комбінацій» і ділових циклів.



Поява одного або декількох підприємців полегшує появу інших, а виникнення останніх полегшує і тим самим сприяє появі наступних і все численніших.

Масова поява нових комбінацій пояснює, чому зростання капіталовкладень є найпершим симптомом економічного підйому, що починається, чому найбільше пожвавлення починається, перш за все, в галузях, що виробляють засоби виробництва, чому потім слідує зростання цін, збільшення заробітної платні, підвищення рівня відсотка, зростання вантажообігу, напруженість банківських балансів.

Підйом змінює умови, в яких функціонує економіка. Частково проблема полягає у тому, що «окремий підприємець, плануючи діяльність лише свого підприємства, не враховує подальшої масової появи інших підприємців і в результаті цього потрапляє в скрутне становище». Масова дія робить помилковим те, що правильне для окремого підприємця.

Але головне полягає в наступному:

- *по-перше*, в період підйому попит підприємців на засоби виробництва піднімає ціни на них;
- *по-друге*, через декілька років на ринку з'являються нові товари і в результаті конкуренції витісняють старі, скорочуючи дохід спочатку старих підприємств, а потім всіх;
- *по-третє*, успіх нових підприємств, який планомірно досягається, породжує кредитну інфляцію.

У результаті для кожного підприємства змінюється типова ситуація. З'являються нові конкуренти, вже немає старих клієнтів і поставальників, необхідно пристосуватися до нових методів господарювання, у будь-який момент може відбутися несподівана відмова в кредиті. Перед «просто-напросто господарем» стоять незвичайні нові задачі, які йому не по плечу. За цих обставин він припускається помилок, які згодом стануть важливою вторинною причиною подальших невдач.



Неможливість збуту вироблених і вироблюваних товарів за цінами, що покривають витрати, приводить до браку грошей. Скорочення попиту на засоби виробництва і зменшення грошових доходів викликає, кінець кінцем, скорочення попиту і на всі інші товари, що породжує загальний **економічний спад**.

Економічний підйом, таким чином, сам породжує подальший спад, і наступну за підйомом депресію слід розцінювати як передумову для переходу економіки в новий стан рівноваги.

Економічна еволюція, яку Шумпетер пов'язує з діловими циклами, має **дві фази**.

У першій фазі вона йде від початкового стану рівноваги завдяки масовому застосуванню інновацій підприємцями.

У другій фазі економіка рухається до нової рівноваги, відповідної новим умовам її функціонування. Ця нова рівновага збережеться до тих пір, поки не буде впроваджене достатньо велика кількість інновацій. Потім весь процес повториться. Тому депресія нормальна, аномальна лише сильна економічна криза.

Депресія, таким чином, має два позитивні моменти:

- *по-перше*, вона веде до стану нової рівноваги;
- *по-друге*, «депресія здійснює те, що обіцяв підйом». Потік благ став ряснішим, частково реорганізоване виробництво, знижені витрати виробництва, і те, що спочатку існувало у вигляді підприємницького прибутку, кінець кінцем, збільшує стійкі реальні доходи. «Економічна суть процесу депресії полягає в поширенні — через механізм прагнення до рівноваги — технічних досягнень на все народне господарство».

У роботі Й. Шумпетера «Капіталізм, соціалізм і демократія» (1942 р.) капіталізм розуміється як система підприємців-новаторів, що перетворюють економіку за допомогою грошового капіталу. Підкреслюється, що така система не може бути стаціонарною, що великі корпорації і державне втручання в економіку руйнують систему вільного капіталістичного підприємництва.

НТП стає наділом організованих фахівців, що витісняють підприємця-новатора. Новаторство перетворюється на рутину. «Технологічний прогрес все більше стає справою колективів висококваліфікованих фахівців, які видають те, що потрібно, примушуючи його працювати передбаченим чином... Багато що з того, що раніше могло дати лише геніальне осяяння, сьогодні можна отримати в результаті суворих розрахунків».

Економічний прогрес має тенденцію стати деперсоніфікованим і автоматизованим. На зміну особистості приходять бюро і комісії. Тому Шумпетер негативно відповідає на запитання: чи може капіталізм (як система підприємництва, заснована на індивідуальній творчості) вижити? Він просто розсиплеться під вантажем власних успіхів, а також у результаті відділення функції управління капіталом від приватної власності, що індивідуалізується. Незалежно від того, чи є бізнесмен-керівник власником акцій чи ні, «його воля до боротьби і виживання вже не та, та й не може бути такою, якою володіла людина, знайома з тим, що таке власність і особиста відповідальність в первозданному значенні цих слів».

Визнання можливості планомірного управління прогресом приводить Шумпетера до своєрідної реабілітації соціалізму. Він робить висновок про те, що «соціалістичне управління може за своїм рівнем настільки ж перевершити капіталізм великого бізнесу, наскільки останній перевершив капіталізм епохи вільної конкуренції». Насправді планомірне управління прогресом неможливе: можна планувати роботу над винаходом, можна навіть в окремих випадках успішно завершити таку роботу, але не можна передбачати всіх більш-менш віддалених наслідків усіх використовуваних винаходів.

Аналогія підприємництва і винахідництва не випадкова:

«Підприємець, подібно винахіднику, діє в умовах високої невизначеності. Якщо перед винахідником або ученим стоїть задача знайти новий принцип, ідею, конструкцію, то підприємець часто вже знає нову ідею або принцип, але не вони є його творінням. Підприємець створює організацію, яка є унікальним синтезом нових

ідей, технологій, людей, матеріальних ресурсів, яка виробляє новий товар або послугу, має високий попит на ринку»[98].

Таким чином, **підприємець** — творець професійних організацій, творець нових професій і робочих посад. Він — соціальний інноватор.

Створюючи нові організації, підприємці справляють могутній вплив не лише на господарську сферу, але й на все суспільне життя. Один з найяскравіших прикладів підприємництва у США — створення нової університетської системи після другої світової війни і революційні зміни системи медичного забезпечення. Університети і лікарні змінили вигляд післявоєнної Америки (Друкер, 1992). Нові соціальні інститути створювалися підприємцями в банківській сфері (створення підприємницького банку Г. Сименса в 1870 р. в Німеччині) і в громадському харчуванні (мережа закусочних «Макдональдс»),

Особливо цікавий матеріал для аналізу ролі історичних, національних, етичних, ідеологічних і соціально-психологічних передумов у становленні і розвитку підприємництва дає сучасна Японія.

Йї приклад примітний з декількох точок зору.

По-перше, самобутністю, в якій знайшла віддзеркалення дивовижна здатність японського суспільства продуктивно суміщати свій особливий історичний досвід, етнічні і соціально-психологічні традиції з досвідом Європи і Америки, так само, як і з вимогами сьогодення. Процес поєднання йшов через важку боротьбу захисників збереження традиційних японських норм життя і прихильників запозичення західних цінностей. Ця боротьба дуже схожа на протистояння в нашій історії слов'янофілів і західників, конфронтацію сьогоденних поборників за щось одвічно російське або одвічно українське і прихильників використання досвіду Заходу.

По-друге, дуже важлива в японському досвіді єдність етично-ідеологічних і соціально-психологічних основ, на яких будуються відносини людей у всіх сферах життя, починаючи від міжособових, внутрішньосімейних і ділових відносин і закінчуючи відносинами людини з державою.



По-третє, і що дуже корисно осмислити нам сьогодні, постійне прагнення до натхненності життєдіяльності суспільства і людини. При цьому з психологічної точки зору не так важливо, що ідеологічний зміст цієї натхненності впродовж японської історії різко змінювався — від фанатично релігійних і мілітаристсько-націоналістичних ідей до просвітницьких демократичних уявлень.

Головне у тому, що завжди зберігалася *соціально-психологічна функція натхненності*, що дозволила наповнити життя суспільства і людини соціальним і особистісним значенням.

Соціальна функція підприємництва полягає в тому, що підприємець комбінує основні чинники виробництва — працю і капітал — для збільшення випуску товарів і послуг. Тим самим підвищується загальне багатство, матеріальний добробут суспільства і особистий прибуток.

Соціальне значення підприємництва полягає у тому, що саме підприємець знаходить на економічному ринку потреби, що зароджуються у різних, переважно великих соціальних груп, визначає ефективні способи їх задоволення. Крім того, він сам створює нові потреби.

Найчастіше підприємництво проявляється в малому бізнесі.

Переваги малого бізнесу полягають:

- у повній самостійності бізнесмена,
- у свободі і оперативності дій,
- у можливості швидко змінювати моделі і типи товарів і послуг, змінювати технологію виробництва,
- у особистому спілкуванні керівника з працівниками і службовцями.

До **недоліків** можна віднести:

- нерівні можливості доступу до матеріальних ресурсів у порівнянні з крупними підприємствами;
- обережне ставлення банків до малих підприємств як ризикових позичальників, що обмежує кредит і збільшує відсотки по ньому;
- недостатню зацікавленість вкладників в нових малих підприємствах, що значно обмежує можливості утворення початкового капіталу.

Через обмежені резерви і низькі можливості позик, мале підприємство особливо вразливе до економічних спадів.

Соціальна значущість підприємницької діяльності викликає дослідницький інтерес до проблеми успішності освоєння даної діяльності і професійно важливих якостей, необхідних для її здійснення.

А.І. Агеєв [6] склав узагальнений особистісний портрет зарубіжних підприємців, який включає переважно інтелектуальні, комунікативні, вольові властивості і деякі ділові якості, необхідні для забезпечення успіху в підприємстві (див. таблицю 11).

На шляху освоєння діяльності підприємців (за аналогією з діяльністю винахідництва) стоїть цілий ряд **психологічних бар'єрів**.

Психологічні бар'єри на шляху до підприємництва мають риси загальні і специфічні.

Загальні — це взагалі опір заняттю бізнесом як всякій новій діяльності і професії, особливо якщо вона незвична, нетрадиційна і психологічно чужа.

Специфічні психологічні бар'єри — ті, які властиві ставленню людей саме до підприємництва, як особливого роду занять.

Ці бар'єри можна підрозділити на бар'єри:

- **реальні** (породжені дійсно існуючими причинами);
- **уявні, міфічні**, пов'язані із забобонами, упередженнями.

Таблиця 11

Особистісний портрет зарубіжного підприємця (за А.І.Агеєвим)

Якості	Індикатори прояву якості
1. Пошук можливостей і ініціативність	а) бачить і використовує нові або незвичні ділові можливості; б) діє до того, як його вимусять до цього обставини
2. Завзятість і наполегливість	а) готовий до неодноразових зусиль, щоб подолати перешкоду; б) змінює стратегії, щоб досягти мети

Закінчення таблиці 11

Якості	Індикатори прояву якості
3. Готовність до ризику	а) віддає перевагу ситуаціям "виклику" або помір-ного ризику; б) віддає перевагу діям, щоб зменшити ризик або контролювати результат
4. Орієнтація на ефективність	а) знаходить шляхи робити речі краще, дешевше, швидше; б) прагне досягати досконалості, покращувати стан-дарты ефективності
5. Залучення в робо-чі контакти	а) приймає на себе відповідальність і йде на осо-бисті жертви для виконання роботи; б) береться за справу разом з працівниками або за-мість них
6. Цілеспрямованість	а) ясно висловлює цілі, має довгострокове бачення; б) постійно ставить і коректує короткострокові задачі
7. Прагнення бути інформованим	а) особисто збирає інформацію про клієнтів, поста-чальників, конкурентів; б) використовує особисті і ділові контакти для сво-єї інформованості
8. Систематичне пла-нування і спостере-ження	а) планує, розбиваючи крупні задачі на підзадачі; б) розробляє або використовує процедури стежен-ня за виконанням робіт
9. Здатність переко-нувати і встановлю-вати зв'язки	а) використовує обережні стратегії для впливу і пе-реконання людей; б) використовує ділові і особисті контакти як засіб досягнення цілей
10. Незалежність і самовпевненість	а) прагне до незалежності від правил і контролю інших людей; б) покладається лише на себе перед обличчям про-тистояння і за відсутності успіху; в) вірить у свою здатність виконувати складні задачі

Це бар'єри-фантоми, в породженні яких не останню роль виконують масова свідомість, психологія натовпу, соціальні установки. Такого роду зв'язок в деякому розумінні типовий для нашого менталітету (достатньо пригадати масову колективізацію, стаханівський рух і т. п.). Її витoki — в недостатку культури масових і соціальних проявів у суспільстві, і навіть десь у відсутності потреби в такій культурі.

Історичний екскурс і соціокультурні порівняння японців, європейців, українців і росіян, їх вірування, традиції і навіть порівняльний аналіз улюблених ігор (дітей і дорослих) дозволяє прослідкувати деякі зв'язки між національно-психологічними типами і економічним успіхом.

Узагальнюючи вищевикладене, можна виділити наступну типологію психологічних бар'єрів, що відображає істотні для підприємництва характеристики людської поведінки.

1. *Бар'єри «особистої ініціативи».* Охоплюють проблеми, пов'язані з труднощами прояву індивідуалізму і реалізації «духу підприємництва», опором змінам, заперечуванням пріоритету «особистого блага», здатністю до саморозвитку;
2. *Бар'єри «помилкової установки».* Містять всі аспекти соціальної і особистої «міфотворчості» з приводу підприємництва, цінності праці, матеріального блага і т. д., а також суперечності свідомості, властиві перехідним ситуаціям.
3. *Бар'єри автономності.* Їх взаємозв'язані сторони: незахищеність особистості (правова і соціальна); синдром «залежності» (зокрема, в ухваленні рішень).
4. *Бар'єри досягнення.* Містять аспекти, пов'язані з мотивацією досягнення, прагненням до успіху, труднощами в реалізації ухвалених рішень, зокрема:
 - проблеми неадекватного прогнозування,
 - недостатньої швидкості ухвалення рішень і реагування на ситуацію,
 - невміння своєчасно відмовитися від невірного рішення,
 - відсутністю варіативності в рішеннях і поведінці.

5. *Бар'єри ризику.* Містять раціональний (зважений ризик) і емоційний (відповідальний ризик) аспекти.
6. *Бар'єри комунікації.* Відображають перешкоди на шляху інформаційної доступності і проблеми довіри в діловому спілкуванні.
7. *Бар'єри сприйнятливості до нового.* Відображають професійний догматизм, «вузькість» освіти, неприйняття нових ідей і варіантів поведінки.

Найсерйознішою проблемою розвитку масового підприємництва є психологічні бар'єри у тих людей, які могли б і повинні, кінець кінцем, зайнятися підприємництвом професійно, тобто для яких цей вид діяльності стане головним і навіть єдиним джерелом існування.

Ми свідомо відділяємо цю категорію осіб від того, тепер уже численного прошарку наших співгромадян, які підробляють на ниві підприємництва, в основному, перепродажем дрібних партій товарів або просто спекуляцією разом із заняттями основною професією.

Дотепер йшлося про підприємництво, без конкретизації і уточнення цього поняття. В рамках підприємництва, як роду діяльності, існує багато видів професійних занять, дуже різних, відмінних один від одного безліччю параметрів, які, звичайно, пред'являють абсолютно різні вимоги до людини.

Тому, перш ніж перейти до вибору конкретних рекомендацій по зняттю психологічних бар'єрів, ми повинні спочатку з'ясувати, *в чому полягає відмінність між різними видами підприємництва*, адже і психологічні бар'єри, і методи їх подолання також будуть різними.

Найпершим кроком на вашому шляху до підприємництва повинна бути відповідь на запитання: *«Чи хочу я взагалі стати підприємцем?»* Для того, щоб аргументовано відповісти на це запитання, необхідно знати, в чому ж полягає головне сенс підприємництва, як роду людської діяльності.

За наявності значного числа публікації по окремих проблемах підприємництва більшість дослідників відзначає недостатність того, що можна було б назвати «феноменом підприємництва», як цілісного

явища. На думку шведського дослідника **Б. Карлофа**, підприємництво як цілісне явище не стало популярним об'єктом дослідження саме через свою комплексну природу. Визначення підприємництва або підприємців, що наводяться в багатьох публікаціях, носять робочий, емпіричний характер. І, можливо, лише в книзі самого Б. Карлофа продовжена лінія теоретичного розвитку поняття підприємництва, закладена ще І. Шумпетером в ідеї про два види поведінки: адаптивний (пов'язаний з ресурсами, що є у розпорядженні людини) і креативний, творчий (визначений як «творче руйнування» структур, що склалися).

На основі концепції І. Шумпетера Б. Карлоф розробив сучасний комплексний підхід до підприємництва як процесу умілого балансування між інтересами споживачів і оптимальною прибутковістю використання капіталу і ресурсів, з одного боку, і їх творчим узгодженням, з іншою.

За ступенем переважання і характером прояву в діяльності підприємця кожної з чотирьох необхідних **ділових якостей**, а саме:

- здібності структурного управління,
- оцінки ринкових потреб,
- максимізації вигоди,
- постановки і реалізації цілей.

Б. Карлоф виділив три типи підприємництва:

- *структурне* (купівля-продаж і зміна структури компаній);
- *стратегічне* (об'єднання доходів для досягнення специфічних цілей конкурентної боротьби);
- *оперативне* (виявлення вільних ресурсів і мінімізація марних витрат).

А. І. Агєєв [6] наводить ряд класифікацій підприємництва за іншими основами.

За ступенем новизни товарів і послуг розрізняється підприємництво *інноваційне* і *рутинне*.

За зв'язками з правопорядком, що склався, — *легальне* і «*тіньове*» підприємництво.



За параметрдам юридичного статусу ухвалення рішень — *підприємництво власника свого бізнесу і найманого керівника*.

Важливою класифікаційною ознакою є сфера залучення підприємницьких новацій.

Тут може бути декілька підходів до класифікації. Наприклад, А. І. Агеев наводить «галузеву» класифікацію підприємництва: *наукове, індустріальне, фінансове, аграрне*.

У іншій роботі, присвяченій управлінським нововведенням у США, диференціація проводиться за ознакою результату дії нововведень:

- *продуктивне підприємництво* (сфера виробництва і споживання),
- *технологічне підприємництво* (нові способи виробництва старих і нових товарів),
- *управлінське підприємництво* (нові методи роботи).

Та все ж у більшості робіт класифікація носить вузький, прикладний характер; психологічні аспекти зачіпаються переважно при аналізі особистості підприємця.

Конкретні проблеми підприємництва: його типи і різновиди, соціальний ефект і ціннісні аспекти, чинники, що стримують його розвиток, порівняльний аналіз різних його форм, психологічні складнощі в реалізації підприємницьких функцій, — вимагають для свого вирішення визначення психологічної суті підприємництва і виділення його специфіки в порівнянні з іншими видами діяльності.

Суть підприємництва, на думку Б. Карлофа, не зводиться до управління бізнесом і володіння капіталами і компаніями.

Підприємництво — це, перш за все, здатність виявляти можливості для ведення бізнесу і уміння скористатися ними.

Суть підприємництва полягає в адекватній оцінці потенційної прибутковості справи в поєднанні з найвигіднішим розподілом ресурсів і ухваленням оптимальних рішень в двох основних областях: пошук нових способів задоволення потреб і використання можливостей ринкового механізму.

При визначенні суті підприємництва в психологічному аспекті його розгляду ми виділили наступні **параметри**:

- зміст,
- цільова функція,
- мотиваційний регулятор,
- основний принцип функціонування,
- особливості суб'єкта.

Зміст підприємницької діяльності — це переважно інноваційні і комбінаційні процеси. До них відносяться:

- *революціонування і реформування виробництва* шляхом нових комбінацій чинників і введення інновацій (за Шумпетером);
- *пошук нових можливостей* шляхом комбінації своїх унікальних здібностей і знань ринкової ситуації (за фон Хайєком);
- *стратегічна орієнтація* на можливу потенційну прибутковість справи, а не на наявні ресурси (за Стівенсоном);
- *активний пошук* і створення нових ресурсів і споживацьких благ;
- *творче узгодження* потреб з виробничими ресурсами;
- *узгодження інтересів* споживачів з отриманням прибутку.

Основною цільовою функцією підприємницької діяльності є досягнення високого економічного результату, причому незалежно від предмету бізнесу; мета завжди конкретна і усвідомлювана.

Мотиваційний регулятор підприємницької діяльності — підтримка балансу між виграшем і ризиком. Він пов'язаний:

- а) з домінуванням цільової установки на прибуток;
- б) з непередбачуваністю результатів інноваційних процесів;
- в) з участю в бізнесі особистого капіталу підприємця;
- г) з повною свободою дій і відповідальністю тільки перед'собою.

Провідний принцип функціонування в підприємницькій діяльності — *автономність*. Його ознаки:

- а) самостійне прийняття рішень, як іманентна межа підприємництва;
- б) нерозривність рішення і дії;
- в) традиційний імідж підприємця як «бійця-одинака»;



- г) переважання інтуїтивної основи в прийнятті рішень;
- д) прагнення до особистого контролю над ситуацією і неохоче делегування своїх повноважень іншим;
- е) прагнення до особистого контролю за інформацією і виконанням;
- ж) низька тривожність;
- з) переважання «внутрішнього локусу контролю» (переконаність у здатності самому визначати свою долю);
- и) висока потреба в особистих досягненнях.

Суб'єкт підприємницької діяльності адекватніше описується характеристиками поведінки, ніж характеристиками роду занять.

Іншими словами, підприємець — це, швидше, не професія, а тип особистості. За визначенням фон Хайєка, всякий індивід, чия поведінка відрізняється пошуковим стилем, є потенційним підприємцем.

Актуальні підприємці — це особливий клас осіб, готових випробувати нові можливості у сфері бізнесу.

Найзагальніші риси такого підприємця:

- потреба в незалежності і домінуванні;
- пошук нових можливостей і ініціативність
- готовність до зваженого ризику,
- ослаблене відчуття небезпеки;
- цілеспрямованість;
- орієнтація на ефективність і якість;
- здатність організовувати людей і розподіляти ресурси;
- неприйняття бюрократичних процедур;
- прийняття відповідальності на себе.

У літературі зустрічається опис деяких *психологічних типів підприємців*:

1. *Технологічні підприємці* — переважно екстраверти, орієнтовані на повну самореалізацію своїх аналітичних і інтуїтивних здібностей, помірно схильні до влади, уникають підпорядкування, стурбовані лише успіхами справи, а не особистою фінансовою винагородою (за Е. Робертсом).

2. *Дрібний підприємець* — оптиміст, відрізняється здатністю витримувати дуже високе трудове навантаження в порівнянні з найманими працівниками, завжди орієнтований економічно.
3. *Масовий підприємець* — людина, котра розділяє погляди, які існують у суспільній свідомості, що підприємництво — це спосіб самореалізації кожної людини, що має потребу в успіху і хоче перевірити свої здібності в конкурентній боротьбі; гроші для неї, перш за все, свідчення успіху, а не самоціль або засіб завоювання влади.
4. *Стратегічний підприємець* — віддає перевагу рішенням великомасштабного характеру, що стосуються реорганізації, купівлі-продажу компаній, їх переорієнтації і т. д. Для нього характерно діяти своєчасно, обдуманий і швидко.
5. *Підприємець-чемпіон*, що розглядає конкурентну боротьбу і бізнес як подобу захоплюючого виду спорту.
6. *Підприємець-новатор* — винахідник, здатний долати опір своїм ідеям і йти до кінця, «конформіст, схильний до довіри до виконавців і компаньйонів, з переважанням неекономічної мотивації: статусної, суспільного визнання і т. д.
7. *Підприємець-посередник* — діючий на зовнішньому кордоні організації. Для нього характерно: прагнення до відчуття успіху, схильність до зобов'язань, відчуття власної значущості, економічна мотивація, орієнтація на комерційний результат.

Специфіка підприємництва виражається в елементах розмежування підприємницьких функцій від аналогічних функцій в інших видах діяльності. Ми, наприклад, провели таке розмежування по чотирьох параметрах:

- 1) Оволодіння капіталом і фінансовий ризик;
- 2) Особиста трудова участь;
- 3) Свобода розпорядження ресурсами;
- 4) Свобода вибору чинників виробництва і підприємницької активності.

У відомих нормативних визначеннях підприємництва з категорії підприємців виключають всіх, хто не ризикує власними грошима і не бере участь у капіталі компанії. Хоча найманий менеджер теж ризикує і повинен звітувати за свої дії, він не піддається такому ж фінансовому ризику, як незалежний підприємець: менеджеру завжди гарантована наперед обумовлена частина доходу. З цією тезою згодна більшість дослідників.

Проте існують і інші точки зору. Наприклад, И. Шумпетер вважав, що у міру економічного розвитку підприємницькі функції як би розсіюються серед фахівців. Тому в корпоративному середовищі статус власника вже не може служити визначальною і обов'язковою властивістю підприємця.

Чіткішу грань можна провести між підприємцем і капіталістом: хоча обидва вони «роблять гроші», але підприємець сам управляє своїм бізнесом, а капіталіст лише фінансує справу.

Дуже важливою розмежувальною ознакою є ставлення до ресурсів. Розмежування за цією ознакою проходить як на рівні відмінності між бізнесом і економікою в цілому, так і на рівні окремого суб'єкта.

Підприємець у своїй діяльності виходить не з наявних ресурсів, а з передбачуваних можливостей їх розвитку для отримання прибутку. Його поведінка носить творчий характер. На відміну від цього найманий адміністратор має справу з управлінням тільки наявними ресурсами. Його кваліфікація полягає в умінні пристосуватися до обставин, що склалися, і управляти тими аспектами бізнесу, які не розраховані на подальше зростання. Під ресурсами тут маються на увазі всі матеріальні і нематеріальні (зокрема психологічні) чинники успіху.

Як ще одна специфічна характеристика підприємництва виступає свобода вибору чинників і умов господарської діяльності. За цією ознакою добре простежується відмінність між двома типами «працюючих власників»: підприємця і індивідуально працюючого ремісника. Свобода вибору ремісника обмежується масштабом своїх здібностей і наявністю знарядь їх реалізації. У підприємця, навпаки, вибір сфери застосування своїх зусиль нічим не обмежений.

Висновки

1. Економічна психологія надає великої уваги проблемам зайнятості і підприємництва. До певної міри ці проблеми є ключовими в оцінках моделей економічної поведінки, оскільки зайнятість і підприємництво є визначальними чинниками для економічної поведінки в інших сферах господарської діяльності — споживацькій, сфері заощаджень і накопичень та ін.

2. Економічна психологія зайнятості акцентує увагу на економічній поведінці, пов'язаній з відносинами найму і продажу робочої сили. Початковим пунктом аналізу є формалізація причин, що примушують індивідів працювати. Економічна психологія досліджує проблему зайнятості достатньо об'ємно, звертаючи увагу не тільки на співвідношення роботи і винагороди за неї, але й на такі питання: чому люди працюють, який вплив на їх поведінку роблять податки, яке співвідношення між грошовою винагородою і соціальною значущістю роботи, яка психологічна складова безробіття.

3. Теорія підприємництва Й. Шумпетера є достатньо оригінальною з погляду пояснення економічних криз — через ідею «нових комбінацій» і ділових циклів.

4. У якості складових діяльності підприємця, як суб'єкта соціальної дії, можна виділити наступні: мотив; мета; планування діяльності; переробка поточної інформації; ухвалення рішення; дії; перевірка результатів; корекція дій.

5. Узагальнений особистісний портрет зарубіжних підприємців включає переважно інтелектуальні, комунікативні, вольові властивості і деякі ділові якості, необхідні для забезпечення успіху в підприємстві.

6. Економіко-психологічне визначення підприємництва полягає у тому, що під підприємництвом мають на увазі вид трудової діяльності підприємливої особи, змістом якого є автономне ухвалення і здійснення рішень з пошуку і використання нових можливостей ринку в умовах особистого фінансового ризику з метою отримання високого комерційного результату.

Контрольні запитання

1. У чому суть теорії соціальної справедливості?
- I. Які групи причин примушують людину працювати?
3. Що є головним мотивом роботи?
4. У який віковий період значущість роботи максимальна ?
5. Назвіть психологічні передумови розвитку підприємництва.
6. У чому суть теорії підприємництва Й. Шумпетера?
7. Яка суть методики визначення кількісних параметрів потреби до досягнення успіху Макклелланда?
8. Чим відрізняється поведінка підприємця від поведінки менеджера?
9. Хто такий інтрапренер?
10. У чому полягають переваги і недоліки малого бізнесу ?
- II. У чому полягає соціальна функція підприємництва ?
12. У чому особливості становлення і розвитку підприємництва в Японії?
13. Який узагальнений особистісний портрет зарубіжного підприємця?
14. У чому полягає соціальне значення підприємництва ?
15. Які три хвилі підприємництва вам відомі?
16. Що мають на увазі під загальними і специфічними бар'єрами на шляху до підприємництва?
17. Які існують класифікації підприємців?
18. Які виділяють параметри сутності підприємницької діяльності при розгляді її в психологічному аспекті?
19. Які існують психологічні типи підприємців?

Висновки

4

Будь-які суб'єкти господарських відносин, чи то людина, сім'я, організація, держава чи нація, знаходяться в постійному пошуку такого способу господарського буття, який не лише забезпечує громадянські права і свободи особистості, але й безбідне гідне існування на мікро-, мезо- і макроекономічному рівнях, саме тому предмет і метод економічної психології також знаходитимуться в постійному розвитку.

Відомо, що ринок не здатний розв'язати багато проблем, пов'язаних з потребами всього суспільства, соціальною єдністю країни, проведенням комплексних міждисциплінарних наукових досліджень, таких як національна економічна психологія. Лише власні фундаментальні і прикладні дослідження у області економічної психології, з урахуванням загального і особливого, дозволяють виробити національну економічну психологію управління.

Необхідно забезпечити формування і функціонування ринкових господарюючих суб'єктів як відкритих, соціально орієнтованих систем. Концепція організацій як відкритих систем означає поворот до ринку і споживача. Кожна організація, що функціонує в ринковому середовищі, повинна самостійно вирішувати питання, що стосуються не лише внутрішньої організації, але й всієї сукупності зв'язків із зовнішнім середовищем. Маркетингові економіко-психологічні дослідження, розширення зовнішньоекономічних зв'язків, залучення іноземного капіталу, налагодження комунікацій - це далеко не повний перелік тих завдань, які раніше були за межами компетенції організацій, а зараз стоять у ряді найважливіших. Соціальна орієнтація організацій означає, що, разом з економічною функцією, вони виконують і соціальну. Остання може розглядатися в двох аспектах: по-перше, з погляду орієнтації на споживача і його запити, тобто задоволення потреб суспільства в товарах і послугах, що виробляються підприємством; по-друге, з позиції вирішення найважливіших соціальних проблем трудових колективів і середовища життєдіяльності організацій з позицій економічної психології.



На думку **А.І. Муравйова**, економічна психологія дозволяє ефективно аналізувати і вирішувати багато економіко-психологічних і соціальних проблем, що виникають у суспільстві з перехідними видами власності. Особлива розширювальна здатність цієї науки у тому, що, «з одного боку, вона пояснює перехід від особового, духовного до економічного, а з іншого - відкриває нові способи економічного зростання на основі активізації особистості».

Проблеми управління господарськими суб'єктами економічної діяльності в сучасному суспільстві ускладнилися.

З одного боку, економічні і соціальні процеси схильні до глобалізації, з'являються надкорпоративні, транснаціональні господарюючі суб'єкти.

З іншого боку, наростає конкуренція між учасниками світового ринку - від окремої людини, сім'ї до держави і міжнаціональних організацій у зв'язку з реальністю індивідуального, етнічного, культурного різноманіття суб'єктів.

Високоєфективна діяльність у сфері бізнесу і управління на сучасному етапі неможлива без розуміння соціально-психологічних процесів, які супроводжують господарську діяльність.

Саме тому сучасні фахівці повинні володіти високим рівнем компетентності в багатьох областях знань: історії, соціології, психології, математиці, суспільних науках, теорії економіки і економічному аналізі, маркетингу, в інформаційних технологіях, бухгалтерському обліку, юриспруденції, політології, геополітиці і безпеці соціуму.

Слід пам'ятати і про те, що спочатку управлінські посади і лідируюче становище в розробці проблем управління займали інженери, що прагнули максимально раціоналізувати і механізувати виробництво; їм на зміну прийшли економісти і фінансисти, що бачили головне завдання в отриманні максимально можливого прибутку за рахунок ефективного управління капіталом. Потім настав період, коли вищу ланку управління стали складати юристи і психологи.

У перспективі керівниками вищої ланки стануть економічні психологи.

Не викликає сумнівів той факт, що даний навчальний посібник з курсу економічної психології сприятиме глибшому і сучаснішому розумінню економічних явищ з урахуванням їх психологічної складової, виробленню навиків використання деяких економіко-психологічних закономірностей і допоможе формуванню нового економічного мислення фахівців, що зрештою дозволить забезпечити гідний рівень і якість життя соціуму.

Глосарій

«

Авторитарність — соціально-психологічна характеристика особи, що відображає її прагнення максимально підпорядкувати своєму впливу партнерів по взаємодії і спілкуванню. Пов'язана з такими особовими рисами, як агресивність, завищена самооцінка, схильність до стереотипів, слабка рефлексія. На поведінковому рівні нерідко виявляється в прагненні індивіда будь-якою ціною досягти домінуючого положення в групі, зайняти максимально високу позицію в структурі влади.

Агент — посередник, який вступає в операцію лише як комісіонер, але не як принципіал. Він не бере на себе ніякого фінансового ризику по операції (за винятком ризику, який витікає з можливого банкрутства його клієнта), і йому виплачується комісія за надані ним послуги.

Адаптація соціальна — процес і результат активного пристосування індивіда до умов нового соціального середовища. Економіко-психологічна адаптація — частина соціальної адаптації, активне пристосування суб'єкта господарювання до економічних умов, що змінюються, що виявляється в бідності або матеріальному благополуччі (тобто в економічному статусі і якості життя людини), в його очікуваннях і ставленні до економічних реформ, ринку, грошей; вона пов'язана з системою цінностей, економічними мотивами, економічними нормами і інтересами.

Ажіотаж (біржовий) — біржова спекулятивна лихоманка, що створюється з метою отримання прибутку на коливанні курсів цінних паперів або цін товарів.

Акредитив — доручення банку про виплату суми фізичній або юридичній особі при виконанні зазначених в акредитивному листі умов.



У акредитивній операції беруть участь: клієнт, від якого йде доручення про відкриття акредитиву; банк, що відкрив акредитив; банк, у якому відкритий акредитив і який стежить за виконанням його умов; нарешті особа (одержувач, бенефіціар), на користь якої відкритий акредитив.

Акціонер — власник підприємства, який володіє рядом прав, перш за все, правом голосу на річних і надзвичайних зборах акціонерів. Акціонер здійснює контроль за діяльністю компанії, бере участь у виборах директорів, затверджує рішення з надзвичайних питань (як, наприклад, злиття з іншою корпорацією, продаж або ліквідація фірми, внесення поправок і доповнень до статуту). Звичайна акція дає один голос.

Акціонерне товариство (корпорація) — форма організації господарських агентів на основі об'єднання коштів засновників-акціонерів; капітал акціонерного товариства утворюється шляхом продажу акцій і облігацій. Власники капіталу мають право: на залишок чистого прибутку, який залишається після відрахування коштів на розширення виробництва, поповнення резервного капіталу, оплату керівному персоналу і податків державі. Найвищим органом є збори акціонерів. Існують закриті акціонерні товариства, акції яких розподіляються серед учасників, не надходячи у вільний продаж, і відкриті, публічні товариства, акції яких вільно продаються і купуються.

Акціонерний капітал корпорації — капітал, що утворюється за рахунок випуску звичайних і привілейованих акцій. Останні можуть бути неголосуючими, але мати особливий статус відносно дивідендів і розподілу виручки від продажу активів при ліквідації компанії.

Акціонерний сертифікат — документ, що засвідчує юридичне право власності на акції. Зазвичай це листок високоякісного паперу з водяними знаками, у верхній частині якого є місце, куди вписується ім'я утримувача і кількість акцій.

Акція з номінальною вартістю — акція, на лицьовій стороні якої зазначена її вартість (10, 25, 50 або 100 грош. одиниць за акцію), яка називається номінальною або лицьовою вартістю.

Акція з обмеженим правом голосу — обмежена акція, що випускається з лімітом на кількість або частку утримувачів, що можуть голосувати.

Акція з «правом» — акція, куплена з моменту оголошення про пропозицію прав і до моменту «скс-права», дає власнику права, тобто привілей купити додаткові акції у даної компанії.

Альпарі — термін, який означає, що біржовий курс цінного паперу або валюти відповідає їх номіналу (паритету).

Альтруїзм — система змістовних життєвих орієнтацій особистості, при якій центральним мотивом і критерієм етичної оцінки є інтереси іншої людини або соціальної спільноти.

Андерайтинг (підписка) — покупка цінних паперів нових випусків з метою продажу. Здійснюється звичайною групою інвестиційних ділерів, андерайтерів (підписчиків).

Апатія (від грец. — безсторонність) — стан, що характеризується емоційною пасивністю, байдужістю, спрощеністю відчуттів, байдужістю, ослабленням спонукань і інтересів. Формується в результаті тривалого розладу психіки, виникає при деяких ураженнях головного мозку, або є наслідком тривалого соматичного захворювання.

Архетип (від грець. — первообраз) — спосіб зв'язку образів, перехідних з покоління в покоління. Термін введений К. Юнгом. Архетип є структурними елементами людської психіки, які приховані в колективному несвідомому, спільному для всього людства. Вони успадковуються подібно тому, як успадковується будова тіла. Архетипи структурують розуміння світу, себе і інших людей; вони лежать в основі творчості і сприяють внутрішній єдності людської культури.

Асоційована особа — службовці комісійних будинків, а також агенти і пов'язані з ними особи, які займаються пошуками клієнтів, приймають їх накази, знаходяться в постійному контакті з ними, дають їм рекомендації про тактику виступу на біржі.

Атрибуція (від англ. — приписувати, наділяти) — приписування соціальним суб'єктам (людині, групі, спільності) характеристик, не представлених в полі сприйняття. Необхідність атрибуції обумовлена тим, що інформація, яку може дати людині спостереження, недостатня для взаємодії з соціальним оточенням і потребує «добудовування». Основним способом такого добудовування безпосередньо сприйманої інформації і є атрибуція. Під атрибуцією розуміється також приписування людиною причин і мотивів поведінки, особових якостей іншим людям на основі буденного життєвого аналізу їх дій і вчинків.

Аттитюди (соціальні установки) — суб'єктивні орієнтації індивідів як членів групи на ті або інші цінності, що приписують їм певні соціально прийняті способи поведінки. «Грошові» аттитюди пов'язані зі ставленням до грошей і «грошовою» поведінкою.

Аукціони — особливі ринки, створені в певних місцях для продажу товарів, що мають індивідуальні властивості, шляхом публічних торгів. Аукціонна торгівля використовується для збуту порівняно обмеженого переліку товарів: хутряні товари, чай, вовна, фрукти, овочі, коні, предмети антикваріату і ін. Проводяться аукціони в наперед оголошений час з різною періодичністю. Власники товару завчасно поставляють його на аукціонний склад, де однорідні партії (лоти) до початку торгів пред'являються покупцям для огляду. Під час торгів лоти пропонуються до продажу по черзі у порядку номерів, вказаних у каталозі. Покупцем стає той, хто запропонував найвищу ціну. Операції укладаються усно або за допомогою умовних знаків, а після закінчення торгів покупець підписує стандартний договір.



Аутрайт — проста термінова валютна операція, що передбачає пла-
тежі за курсом «форвард» і терміни, строго визначені сторонами.

Аутсайдер — брокер, що не є членом біржі. Аутсайдер може одер-
жати тимчасовий, цільовий дозвіл на роботу в торговому залі, узяв-
ши зобов'язання дотримуватися певних правил біржової торгівлі.

База контракту — один або декілька сортів (марок) товару, дозво-
лених до поставки по біржовому контракту з платежем за ціною,
рівною біржовим котируванням. Інші сорти (марки), відмінні від
обумовлених у контракті, можуть також пропонуватися за контрак-
том, але з премією або із знижкою в порівнянні з ціною, зафіксова-
ною в контракті відповідно до біржових правил. База контракту за-
безпечує спрощення біржових операцій, особливо розрахунків при
поставці товару по ф'ючерсних контрактах.

Базисні (основні, первинні) потреби (рґішагу пееІ\$) — звичайно
природжені потреби, такі як потреба вижити.

Беквордейшн — ситуація, при якій ціни на наявний товар вищі за
ціни по операціях на термін, а ціни на товар з найближчим терміном
поставки вищі, ніж по віддалених термінах поставки (антонім —
контанго). Наприклад, у лютому ціна (у дол. за 1 т.) на наявні соєві
боби може бути 300, з поставкою в березні — 290, в травні — 280,
липні — 270, серпні — 265, вересні — 250, листопаді — 230. Таке
співвідношення цін на ринку, як правило, обумовлене браком товару
на складах (через неврожай, страйк і т. п.), тоді як перспективи
збільшення пропозиції в майбутньому гарні (наприклад, з нового
урожаю). Ринок в цей період відрізняється підвищеною нервозністю,
різкими коливаннями цін, посиленням спекуляції.

Бідність — нездатність індивідуумів підтримувати мінімальний або
прийнятний рівень життя. Виділяють теорії бідності, що покладають
відповідальність за бідність на поведінку і особистісні риси бідних

(особистісні або індивідуалістичні), на долю, випадок (фаталістичні) і на об'єктивні економічні причини (структуральні).

Білл-брокери — вексельні маклери, що виступають посередниками на фондових ринках в операціях з обліку і переобліку векселів. Отримують комісійну винагороду у вигляді певного відсотка з суми векселя.

Біогенетичний закон (у психології) (від грец. — життя і походження) — перенесення на психічний розвиток дитини співвідношення, встановленого німецькими природодослідниками Ф. Мюллером і Е. Геккелем між онтогенезом (індивідуальним розвитком організму) і філогенезом (історичним розвитком організмів). Стверджується, що в онтогенезі дитячої психіки відтворюються основні стадії біологічної еволюції і етапи культурно-історичного розвитку людства.

Біографічні методи (від грец. — життя і пишу) — способи дослідження, діагностики, корекції і проектування життєвого шляху особи. Використовування біографічних методів припускає отримання інформації, джерелом якої є автобіографічні методики (опитувальники, інтерв'ю, тести, автобіографії), свідчення очевидців (опитування близьких людей, спогади колег), вивчення продуктів діяльності (контент-аналіз щоденників, листів і ін.)

Біржа — постійно функціонуючий організований ринок, на якому здійснюється оптова торгівля замінимими товарами за зразками і стандартами (товарна біржа) або цінними паперами (фондова біржа); звичайно має фіксований склад членів, суворі правила торгівлі. Всього в світі налічується приблизно 200 бірж більш ніж в 60 країнах.

Біржова інтервенція — втручання держави, банку і крупних підприємців в операції на фондових біржах з метою штучного впливу на курси цінних паперів. Біржова інтервенція — одна з форм біржової

спекуляції. Казначейства і центральні емісійні банки вдаються до біржової інтервенції для зміцнення державного кредиту шляхом масової купки державних цінних паперів

Біржова спекуляція — здійснення на біржі операцій з цінними паперами і товарами з метою отримання прибутку на різниці між курсами (або цінами) покупки і продажу. Відбувається головним чином у вигляді термінових операцій.

Біржова фірма — фірма, що має на біржі «місце». Біржова фірма має один голос на кожне «місце» і бере участь в роботі біржі як самостійна організація. «Місце» купується або у самої біржі, або у інших біржових фірм, це цінний актив біржової фірми, яким вона може користуватися на умовах, викладених у положенні про біржу.

Біржовий прибуток — прибуток, одержаний від торгівлі цінними паперами і товарами на товарній і фондовій біржі. При операціях з цінними паперами розрізняють: 1) засновницький прибуток; 2) курсовий прибуток. Біржовий прибуток досягає найбільших розмірів у період ажіотажу.

Біхевіоризм — напрям в американській психології 20 ст., який зводить психіку до різних форм поведінки, що розуміється як сукупність реакцій організму на стимули зовнішнього середовища.

Бордеро — докладний опис реалізованих цінних паперів (акцій, облігацій, векселів і т. д.), що складається банком, банкірською контрою або біржовим маклером на ім'я особи, що доручила зробити вказану в бордеро операцію з її цінними паперами.

Боязнь оцінки (evaluation apprehension) — стурбованість тим, як нас оцінюють інші.

Брокер — посередник при укладенні угод між покупцями і продавцями товарів, цінних паперів, валют і інших цінностей на товарних

біржах, валютних, страхових і фрахтових ринках. Діє за дорученням і за рахунок клієнтів, одержуючи за посередництво певну платню. Існують різні категорії брокерів: біржові, страхові, фрахтові і т. д.

Брокерська фірма — компанія, що займається посередництвом на біржі. Найбільші фірми світу: «Морган Стенлі», «Соломон бразерс», «Мерріл Лінч» (США), «Номура», «Дайва секьюрітіз» (Японія), «С. Дж. Уорбург» (Великобританія), «Домінієн секьюрітіз» (Канада).

Бюджет (Бґцї^ей) — план, що відображає очікувані результати і розподілювані ресурси в кількісній формі. Слугує контрольним еталоном.

Бюрократія (Бґгеансгасу) — тип організації, для якої характерний спеціалізований розподіл праці, чітка управлінська ієрархія, правила і стандарти, показники оцінки роботи, принципи найму, засновані на компетенції працівника.

Валідність (від англ. *validity* — той, що має силу, обґрунтований) — основна характеристика якості вимірювання в психології. Вона відображає ступінь відповідності зміряного показника (засоби вимірювання) тому, що підлягало вимірюванню. Процедура оцінки валідності інструменту називається валідизацією. У психології прийнято оцінювати валідизацію не тільки окремих ознак або шкал (як у більшості соціальних наук), а також тестів, але і батарей (сукупностей) однорідних ознак, а також індексів і різного роду емпіричних типологій. Валідність може оцінюватися до вимірювання (коли йдеться про застосування стандартизованих його засобів) і після його проведення, в результаті аналізу його підсумків і врахування всіх обставин дослідження.

Валюта — 1) грошова одиниця країни і її тип (золота, срібна, паперова); 2) грошові знаки іноземних держав, а також кредитні засоби обігу і платежу, виражені в іноземних грошових одиницях, що використовуються в міжнародних розрахунках (іноземна валюта). Підрозділяється на конвертовану, частково конвертовану і неконвертовану.



Верифікація (від пізнюлат. *Uscipaliu*) — процедура оцінки гіпотез, що полягає в зіставленні їх з фактами, реальним станом справ. Результатом верифікації може бути або підтвердження, або спростування гіпотези. Підтвердження гіпотези укріплює ступінь довіри до неї, підвищує вірогідність її істинності, а спростування доводить її помилковість за умови обґрунтованості інших складових частин дослідження.

Взаємність саморозкриття (йізіюкиге гесіргосііу) — тенденція до виникнення взаємної відвертості при довірчій розмові.

Взаємодія (іпіегасііон) — ефект впливу одного чинника (наприклад, біологічного) на інший (наприклад, на навколишнє середовище).

Взаємодоповнюваність (сотріетепіагііу) — нібито існуюча тенденція до виникнення таких стосунків між людьми, при яких кожен доповнює те, чого не вистачає в іншому. Спірна гіпотеза взаємодоповнюваності передбачає, що одне до одного вабить саме тих людей, чиї запити різні, що дозволяє доповнювати один одного.

Вибірка — 1) сукупність елементів об'єкту дослідження, що підлягає безпосередньому вивченню; 2) сукупність способів, прийомів, процедур відбору елементів об'єкту, одиниць спостереження і вивчення при масових дослідженнях. Більшість досліджень носить не суцільний, коли вивчаються всі елементи об'єкту, а вибіркового характеру.

Вивчення методів організації праці (шеіґойя «іійу) — аналіз всіх складових виробничих операцій для визначення можливості їх вдосконалення.

Викупний фонд — фонд, що створюється компанією, яка випускає акції для того, щоб стабілізувати ринок. Якщо ціна акції впаде до або нижче ціни, заявленої при випуску, то компанія викупляє частину акцій, у першу чергу префакції. Від викупного фонду слід відрізнити відкладений фонд, який в основному створюється при випуску облігацій.

Винагороджуюча теорія привабливості (ге^агсі іЬеогу оГ айгасйоп) — теорія, згідно з якою нам подобаються ті люди, чия поведінка нам вигідна, або ті, з ким ми зв'язуємо вигідні нам події.

Відстрочені акції — акції, дивіденд по яких виплачується тільки тоді, коли прибуток акціонерного товариства перевищить певний рівень.

Вільний залишок — сума коштів на окремому брокерському рахунку клієнта, яка може бути використана для покупки або продажу нових контрактів чи знята з рахунку.

Влада (роуер) — можливість діяти або здатність впливати на ситуацію або поведінку інших людей.

Влада в організації (аніЬогііу, орґанізаціонал) — обмежене право використовувати ресурси організації і направляти зусилля частини людей в організації на виконання завдань.

Властивості нервової системи — стійкі особливості нервової системи, що впливають на індивідуальні психологічні особливості людини. Найзагальніший психологічний прояв властивостей нервової системи — особливості темпераменту людини, проте існують кореляції і з індивідуальними особливостями пізнавальних процесів, формування навиків і ін. Виділяють три основні властивості нервової системи: сила, рухливість, врівноваженість.

Внутрішні чинники впливу (іпіегпаї Р/НКМ іпЯіенсез) — внутрішні чинники обстановки, такі як цілі, організаційний стиль, стиль керівництва і ін., які впливають на діяльність фірми.

Внутрішньогрупова упередженість (іп-ґроир Біаз) — тенденція прихильного ставлення до власної групи.

Вплив (іпПиенсе) — поведінка якоїсь людини, яка змінює ставлення до неї і почуття до неї інших людей.



Вторинний ринок цінних паперів — місце, де відбувається торгівля цінними паперами, що пройшли первинний розподіл. Мета вторинного ринку цінних паперів — звести покупця з продавцем і стабілізувати ціну, врівноважуючи попит і пропозицію.

Вторинні потреби (зесопсіагу пеесіз) — потреби, що мають психо-соціальну природу, такі як оцінка, прихильність і влада.

Другозаставні облігації (загальнозаставні облігації) — вид заставної облігації. Претензії по них задовольняються після розрахунків з утримувачами першої застави, але до розрахунків з іншими інвесторами. Другозаставні облігації стоять на першому місці після першозаставних, звичайно приносять вищий відсоток, ніж старші папери. Другозаставні облігації розміщуються тоді, коли першозаставні вже в обігу.

Вуличний сертифікат — акціонерний сертифікат, зареєстрований на ім'я фірми, що працює з цінними паперами. Вуличний сертифікат популярний серед інвесторів, оскільки купівля-продаж не ускладнена формальностями. Дивіденди по акціях, зареєстрованих у формі вуличного сертифікату надходять спочатку посередницькій фірмі, а потім від неї — утримувачу акцій.

Гарантії соціальні (від франц. *§аgапі* — поручитель) — матеріальні і юридичні засоби, що забезпечують реалізацію конституційних, соціально- економічних і соціально- політичних прав членів суспільства.

Тендер (§ейег) — у психології — соціально-біологічна характеристика, за допомогою якої люди дають визначення поняттям «чоловік» і «жінка». Оскільки «стать» є біологічною категорією, соціальні психологи часто посилаються на біологічно засновані тендерні відмінності як «статеві відмінності».

Тендерна роль (§ейег гоїе) — набір очікуваних зразків поведінки (норм) для чоловіків і жінок.

Генетичний метод (від грец. §ЄΠЄ818 — походження) — спосіб дослідження соціальних явищ і процесів, заснований на аналізі їх походження і розвитку. Генетичний метод передбачає зведення різноманітних явищ до фундаментальних, початкових елементів або станів і виведення з них досліджуваного явища.

Геніальність (від лат. — дух) — вищий рівень розвитку здібностей (як загальних, так і спеціальних). Про наявність геніальності можна говорити лише у разі досягнення особою таких результатів діяльності, які складають епоху в житті суспільства, в розвитку культури.

Гіпотеза (БуроїБе8І«) — припущення, що піддається перевірці, яке описує взаємозв'язок, що, можливо існує між подіями.

Група (§гоир) — дві або більше особи, які взаємодіють одна з одною таким чином, що кожна особа впливає на іншу (інших) і відчуває на собі її вплив.

Група керівника (соттапй §гоир) — група, що складається з керівника і підлеглих, які знаходяться в зоні його контролю.

Групова поляризація (§гоир роїагіхаііон) — викликане впливом групи посилення раніше існуючих тенденцій членів групи; зміщення середньої тенденції до свого полюса замість розколу думок усередині групи.

Групове мислення (§гоирШіпк) — тенденція окремих осіб пригнічувати свою власну точку зору на ту або іншу проблему, щоб не порушувати гармонію групи.

Делегування (йе1е§айон) — передача задач і прав одержувачу, який приймає на себе відповідальність за них.

Дельта — відношення зміни премії опціону до зміни біржового котирування. Значення дельти складають від 1 до 0. Дельта дозволяє

розрахувати кількість опціонів, необхідну для хеджування зобов'язань на ринку реального товару.

Демократичний керівник (йетосгаїс Іеайег) — керівник, який прагне не нав'язувати свою волю підлеглим і виходить із передумови, що люди мотивовані потребами вищого рівня. Сам він мотивує своїх підлеглих, створюючи клімат, де люди мотивують себе самі.

Демпінг — продаж товарів на ринках інших країн за цінами, нижчими за рівень, нормальний для цих країн. Є одним з видів обмежувальної ділової практики, в окремих випадках може кваліфікуватися як несумлінна практика. Для боротьби з демпінговою практикою в багатьох країнах розроблені антидемпінгові законодавства. Найскладнішим моментом в доказі факту демпінгу, як правило, є визначення нормального рівня цін. Основним запобіжним заходом демпінгової практики є встановлення антидемпінгового мита, тимчасового або постійного, що звичайно не перевищує різниці між демпінговою і нормальною ціною.

Денонсація — відмова від договору. За відсутності письмової заяви про відмову від договору до закінчення терміну його дії від однієї із сторін договір залишається а силі.

Депозит — 1) сума грошей, обумовлена частиною загальної вартості ф'ючерсного контракту або твердою сумою, яка повинна бути сплачена членом біржі розрахунковій палаті, а клієнтами — брокеру, коли контракт реєструється; 2) банківський внесок.

Депорт — покупка цінних паперів з одночасним зворотним продажем їх на термін за нижчим курсом. Практикується при грі на пониження курсів цінних паперів. Економічно депорт — не купівля-продаж, а позика, при якій різниця між купувальним і продажним курсами складає позиковий відсоток. Протилежністю депорту є репорт.

Депривація економічна — вимушене неповне споживання або вимушена відмова від споживання матеріальних благ і послуг, необхідних для задоволення основних потреб особистості.

Дерево рішень (іесізіоп ігее) — схематичне представлення складного процесу ухвалення рішення з якоїсь задачі.

Деіндивідуалізація (іе-іпйіуїіаіігаїіоп) — втрата самоусвідомлення і боязні оцінки; виникає в групових ситуаціях, які забезпечують анонімність і не концентрують увагу на окремому індивіді.

Дзеркальне сприйняття (тіггог-ітаґе регсерііоп) — взаємно негативні уявлення один про одного, що часто виникають у сторін конфлікту; наприклад, своя сторона вважається етичною і миролюбною, а інша — зловмисною і агресивною.

Дискримінація ((іі\$сгітіпа(іоп) — невинуватена негативна поведінка стосовно до групи або її членів.

Діяльність — спосіб існування і розвитку соціальної дійсності, прояв соціальної активності, цілеспрямоване віддзеркалення і перетворення навколишнього світу. Діяльність володіє такими рисами, як свідомість, продуктивність, суспільний характер. Діяльність, без якої немає і не може бути соціальної дійсності, є складною і багатоплановою системою. Залежно від характеру ставлення людини до навколишнього світу, вона підрозділяється на практичну і духовну. Знаходячи самостійне значення і навіть виступаючи як породжена приватною власністю протилежність розумової і фізичної праці, практична і духовна діяльність стосовно суспільного життя в цілому завжди доповнюють один одного.

«Дистанційована» гіпотеза Шмельдерса — проводить відмінність між образом підприємця «на відстані» (більш менш неусвідомлений масово-психологічний образ підприємця) і «поблизу» (індивідуальний образ, побудований з опорою на власний досвід взаємодії з підприємцем). Думка «поблизу» диференційованіша і позитивніша.



Довідкова ціна — ціна, опублікована в біржовому бюлетені на ті товари або цінні папери, з якими в даний день операції не укладалися.

Договір поставки — договір, за умов якого постачальник зобов'язується в обумовлені терміни (термін), що не збігаються з моментом укладення договору, передати товар у власність (повне господарське ведення або оперативне управління) покупцю, а останній зобов'язується прийняти товар і сплатити за нього певну грошову суму.

Договір про спільну діяльність — договір, який укладається, коли спільна діяльність без створення з цією метою юридичної особи здійснюється на основі договору між її учасниками. За таким договором сторони (учасники) зобов'язуються шляхом об'єднання майна і зусиль спільно діяти для досягнення спільної господарської або іншої мети, що не суперечить законодавчим актам.

Документи, необхідні для продажу нових облігацій — проспект, довіреність або траст-договір; угода про підписку або агентська угода між ділером і корпорацією; угода про банківську групу, угода про групу збуту; оголошення банківської групи про новий випуск, остаточна угода про ціну випуску для ділера і для публіки.

Дослідження інцидентів (ассійєні гекеагсЬ) — систематичний аналіз і оцінка випадків і чинників, що становлять загрозу для здоров'я.

Егоїзм — (від лат. еґо- Я) ціннісна орієнтація суб'єкта, що характеризується переважанням в його життєдіяльності самокорисливих особистих інтересів і потреб не зважаючи на інтереси інших людей і соціальних груп. Проявам егоїзму властиво ставлення суб'єкта до іншої людини як до об'єкту і засобу досягнення самокорисливих цілей.

Ейфорія — підвищений радісний, веселий настрій, стан добросердя і безпечності, що не відповідає об'єктивним обставинам, при якому спостерігається мімічне і загальне рухове пожвавлення, психомоторне збудження.



Економічна людина — концепція раціонального індивіда, що має стабільні переваги і прагне до максимізації власної вигоди в умовах абсолютної повноти інформації, свободи вибору і кількісної оцінки альтернатив.

Економічний егоїзм — прагнення суб'єкта до максимізації власної вигоди.

Екс-дивідендний термін — час, протягом якого акції продаються як екс-дивідендні, тобто продавець зберігає право на дивіденди, а покупець його ще не одержав. Екс-дивідендний термін починається звичайно за 4 ділові дні до моменту дивідендного перепису.

Екс-дивідендні акції — акції, які продаються в екс-дивідендний термін. Екс-дивідендні акції зберігають право на дивіденди продавцю акцій, а покупець одержить це право після закінчення екс-дивідендного терміну. Екс-дивідендні акції іноді продаються за ціною, зменшеною на величину дивіденду. Особа, що купила акцію в день їх перетворення в екс-дивідендні акції, не одержує вже оголошеного дивіденду.

Експресія (від лат. — вираз) — виразність; сила прояву відчуттів, переживань. Експресивні реакції є зовнішнім проявом емоцій і відчуттів людини (у міміці, пантоміміці, голосі і жестах). Надмірна або недостатня експресія, її неадекватність конкретній ситуації може служити одним з джерел конфліктів у стосунках людей.

Екстра-дивіденд — премія, нарахована на регулярні дивіденди і виплачувана, як правило, в кінці року.

Екстраверсія — інтроверсія (від лат — зовні або всередину і повертати, обертати) — характеристика індивідуально-психологічних відмінностей людини, крайні полюси якої відповідають переважній спрямованості особистості або на світ зовнішніх об'єктів, або на явища його власного суб'єктивного світу. Поняття екстраверсії — інтроверсії були введені К. Юнгом для позначення двох протилежних типів особистості.

Емітент — підприємства, кооперативи, банки, акціонерні товариства й інші організації, яким дозволено випускати цінні папери.

Емоції акизитивні — емоції, що забарвлюють процес придбання, колекціонування, заготовляння, накопичення. Насичення потреб накопичення дає людині відчуття матеріальної свободи і безпеки від «чорного дня». Коли ж воно переходить межі, людина перетворюється на скупого лицаря.

Емоційність — властивості людини, що характеризують зміст, якість і динаміку її емоцій і відчуттів. Емоційність є однією з основних (разом з активністю) складових темпераменту.

Емпатія (від грец. — співпереживання) — збагнення емоційного стану, проникнення в переживання іншої людини.

Ергономіка (від грец. *εργον* — робота і *νόμος* — закон) — загальна назва групи наук, що займаються комплексним вивченням людини у виробничій діяльності і оптимізацією засобів і умов праці. До складу ергономіки включають прикладні розділи інженерної психології, психології, фізіології і гігієни праці, антропології, деякі аспекти наукової організації праці, технічної естетики, кібернетики, загальної теорії систем, теорії автоматичного управління і ін. Предметом ергономіки є вивчення і оптимізація систем «людина — машина — середовище».

Етнічні установки — готовність особи сприймати ті або інші явища національного життя і міжетнічних відносин і відповідно до цього сприйняття діяти певним чином в конкретній ситуації. У сучасних умовах зусилля учених направлені на виявлення механізмів, здатних гармонізувати міжетнічні відносини, оптимізувати етнічні установки.

Ефект «бендвегон» (ефект приєднання) — полягає у тому, що товар купується не через необхідність, а через бажання не відстати від інших.

Ефект «сноба» — виражає прагнення відрізнятися від інших, виділитися з «натовпу», тому не купується необхідний товар, коли його купують інші.

Ефект Веблена — властивий показовому споживанню (з опорою на думку інших людей) і пов'язаний з впливом ціни, причому парадоксально, коли з підвищенням ціни збільшується попит на нього і, навпаки, зниження ціни знижує кількість покупок.

Єдиноначальність (ипііу ої" сошшай) — принцип побудови організації, згідно з яким підлеглий повинен приймати повноваження лише від одного начальника і бути відповідальним тільки перед ним.

Життєві обставини (Ше єуєпіз) — драматичні зміни в житті людини, які можуть призвести до стресу.

Завдання ((а\$к\$) — певна робота, серія робочих функцій, які повинні бути завершені в певній формі в рамках обмеженого періоду часу.

Задача (іа\$к) — координована і систематизована серія елементів роботи, які використовуються для досягнення результатів.

Зайнятість населення — соціально-економічна категорія, що характеризує включеність населення в суспільне виробництво. Все працездатне населення країни, що проживає в конкретних соціально-економічних, культурних і ін. суспільних умовах, розпадається на дві нерівні групи: зайнятих у суспільному виробництві і не зайнятих у ньому через відсутність вакантних місць, завантаженості домашнім господарством, навчання, знаходження на військовій службі і з ін. причин.

Закон Йеркса-Додсона — визначає взаємозв'язок рівня емоційно-мотиваційного забезпечення діяльності і її ефективності. Цей зв'язок не лінійний.



Законна влада (Іе^Штаіе ролуг) — вплив, заснований на традиції. Виконавець вірить, що керівник має початкове право віддавати накази.

Заощадження — джерело інвестиційного капіталу, виникають в тому випадку, якщо доходи корпорацій уряду або окремих громадян перевищують їх витрати.

Застава — юридичний документ, що підтверджує згоду фірми закласти під свій борг землю, споруди чи інше майно, яке належить їй, і що дає кредитору право на оволодіння закладеними активами у разі несплати боргу. Застава знаходиться у кредитора до моменту розрахунку з боржником, після чого вона знищується.

Збір кліринговий (реєстраційний) — збір, стягуваний розрахунковою палатою за реєстрацію контракту. Сплачується тільки при покупці або тільки при продажу контракту. При офсетній операції, тобто при ліквідації або відкупі контракту, збір не стягується.

Зв'язка — два і більше випусків корпоративних цінних паперів, запропонованих інвестиційним ділером на продаж за сукупну, загальну ціну.

Здібності — індивідуально-психологічні особливості особистості, що є умовою успішного виконання тієї або іншої продуктивної діяльності. Вони тісно пов'язані із загальною спрямованістю особистості, з тим, наскільки стійкі схильності людини до певної діяльності, формування здібностей відбувається на основі задатків.

Зовнішні чинники впливу (ехіегпаї Р/НКМ іпЯиепсез) — чинники зовнішнього по відношенню до організації середовища, такі як профспілки, уряд, економічні умови.

Зутрічна торгівля — торгівля, що передбачає повний або частковий збалансований обмін товарами, зафіксований в єдиних документах: угодах і контрактах. Включає, наприклад: 1) бартерні або

товарообмінні операції, тобто це зустрічна торгівля, що передбачає повний натуральний обмін товарами; 2) зустрічні поставки — означають, що експортери приймають на себе зустрічні зобов'язання по закупівлі товарів у імпортерів або у інших фірм країни — імпортера, або забезпечують укладання зустрічних контрактів по закупівлі товарів у країни-імпортера іншими фірмами своєї країни на певну суму у відсотках від суми експортного контракту; 3) компенсаційні операції — зустрічна торгівля, що передбачає частковий натуральний обмін і частковий грошовий платіж, що доповнює його, покриваючи різницю в цінах на експортну і зустрічну операцію.

Ігри з ненульовою сумою (поп-геґо-киш §ate8)- ігри, в яких сумарний виграш не обов'язково рівний нулю. Співпрацюючи, обидва гравці можуть виграти, змагавшись, обидва можуть програти.

Ідентифікація (від лат. — ійепіШсаге) — психологічний процес ототожнення індивідом себе з іншою людиною, групою, колективом, що допомагає йому успішно опановувати різні види соціальної діяльності, засвоювати і перетворювати соціальні норми і цінності, приймати соціальні ролі. Ідентифікація може здійснюватися в різних формах, що відрізняються психологічним механізмом, характером засвоюваних видів діяльності, ролей, норм і цінностей, а також ступенем ефективності цього засвоєння.

Ієрархічна структура (іаіі кіґисіиґе) — організаційна структура, що характеризується багаторівневим управлінням і незначним об'ємом управління на кожному рівні.

Ієрархія потреб Маслоу (Мазкт'з Бієгаґсґу оґ пеесіз) — підрозділ всіх потреб людей на п'ять груп, здійснене Абрамом Маслоу. Ним описані наступні групи потреб: фізіологічні, безпеки, соціальні, пошани і самовираження.



Інвестор — покупець цінних паперів, який при виборі того або іншого їх виду думає, перш за все, про мінімізацію ризику. На відміну від нього, спекулянт йде на розрахований ризик, а гравець — на будь-який ризик.

Індекс Доу-Джоса — індекс акцій, що дозволяє оцінити рух біржових ресурсів на всіх біржах. Індекс Доу-Джоса складається з трьох різних індексів: індексу 30 промислових акцій, індексу 20 акцій залізничних і 15 акцій комунальних компаній. Найважливішим з них є промисловий індекс. У ньому враховані акції найбільших компаній всіх галузей промисловості, на які припадає близько 1/3 денного обороту біржі. Курс акцій цих 30 компаній спочатку складається, потім сума ділиться на дільник, який у 1994 р. складав 1,314. Останніми роками цей дільник багато разів змінювався для того, щоб врахувати зміни курсів акцій ряду компаній.

Індекси акцій — цифрові показники, які зв'язують воедино інформацію про зміну курсів окремих акцій, що котируються на біржі, і тим самим примножують обґрунтований прогноз про зміну вартості багатьох цих акцій.

Індивідуалізм (індивідуалізм) — концепція, що віддає пріоритет особистим цілям в порівнянні з цілями групи. При цьому самоідентифікація здійснюється на основі особистісних атрибукцій, а не за допомогою ототожнення себе з групою.

Інстинктивна поведінка (інстинктивна поведінка) — природжена, не пов'язана з навчанням модель поведінки, що проявляється у всіх представників даного виду.

Інструментальна агресія (інструментальна агресія) — агресія, що є засобом досягнення якої-небудь іншої мети.

Інтегральна угода (інтегральна угода) — угода типу «я виграв — ти виграв», у якій поєднуються інтереси обох сторін для їх взаємної вигоди.

Інтерес економічний — форма дії влади власності на волю суб'єкта господарювання і джерело господарської активності. Розвивається на основі мотиву, але під регуляторною дією норм.

Інформаційний вплив (informational influence) — конформізм, що виникає внаслідок прийняття суджень інших людей про реальність.

Канал комунікації (channel of communication) — спосіб, яким передається повідомлення, — особисто, письмово, на кіноплівці або яким-небудь іншим чином.

Кар'єра (career) — індивідуально усвідомлена послідовність змін у поглядах, позиції і поведінці, пов'язаних з досвідом роботи і діяльності протягом трудового життя.

Катарсис (catharsis) — емоційна розрядка. З позиції катарсису агресія знаходить наступне пояснення: агресивний потяг послаблюється, коли індивідуум «вивільняє» енергію агресії або за допомогою агресивної дії, або за рахунок уявної агресії.

Кваліфікаційна характеристика (job specification) — короткий виклад основних задач, навиків і умінь, прав і обов'язків, що висуваються до різних спеціальностей в організації.

Класична школа управління (classical school of management) — підхід до управління, що склався на ранньому етапі і заснований на ідентифікації загальних принципів для їх раціонального використання в організації. Теоретики класичної школи вважали, що можна знайти кращу систему організації шляхом визначення основних функцій даного бізнесу.

Когнітивна психологія — один з ведучих, хоча концептуально розрізнених, напрямів сучасної зарубіжної психології, завданням якого є доказ вирішальної ролі знань у поведінці.



Когнітивний дисонанс (соґпшус й1880пaпсе) — напруга, яка з'являється при усвідомленні несумісності яких-небудь двох знань. Наприклад, дисонанс виникає, коли ми усвідомлюємо, що діяли, без достатніх на те підстав, в суперечності зі своїми установками, або прийняли рішення на користь одного варіанту, а логіка вимагає іншого.

Колективізм (соїїесгїуїзт) — концепція, що віддає пріоритет цілям тієї або іншої групи (як правило, сім'ї або робочої групи) в порівнянні з особистими цілями. Відповідно до цього відбувається самоідентифікація.

Комісійний будинок — посередницька фірма, що спеціалізується на виконанні доручень на покупку або продаж контрактів на ф'ючерсній біржі за комісійну винагороду. За свій рахунок операцій не укладає. Як правило, комісійний будинок здійснює операції за дорученням приватних осіб (дрібних спекулянтів), а не торгових фірм.

Комісія (комісійна винагорода) — винагорода брокеру або агенту, встановлена або як відсоток від вартості операції, або як окрема ставка за кожним контрактом.

Комітент — сторона договору комісії, яка дає доручення комісіонеру на здійснення за винагороду однієї або декількох операцій від імені комісіонера за свій рахунок.

Комітет з лістингу — комітет біржі, який розглядає заявки на включення акцій в біржовий список і має право їх анулювати за рішеннями персоналу біржі.

Комунікація (соттпісаїіоп) — обмін інформацією і значенням інформації між двома і більше людьми.

Консигнація — умова продажу товарів через консигнаційні склади посередників, коли право власності на товар, що надійшов на склад консигнатора, залишається за поручителем (наприклад, за експортером) до моменту продажу товару покупцю.

Консолідація державної позики — зміна первинних умов позики, що стосується його термінів. Часто держава перетворює короткострокові зобов'язання в середньо- і довгострокові. Консолідація державної позики як правило, проводиться одночасно з її уніфікацією, в результаті утворюється борг, що консолідується.

Контакти рівного статусу (англ. *equal status contacts*) — контакти на основі рівності. Стосунки між людьми з нерівним статусом породжують установки, що закріплюють їх відносини, те ж саме характерне і для стосунків людей з рівним статусом. Так, щоб ослабити упередженість, міжрасові контакти повинні мати місце між особами рівного статусу.

Контанго — співвідношення цін, при якому ціни по операціях на термін перевищують ціни на наявний товар, ціни на товар з віддаленими термінами поставки вищі, ніж з ближніми (антонім — беквордейшн). Особливістю такого співвідношення цін є те, що ціна віддаленішого терміну поставки не може перевищувати ціну ближнього на величину, більшу, ніж витрати, пов'язані із зберіганням товару від одного терміну поставки до іншого.

Контингентне замовлення — замовлення, що передбачає одночасну покупку одних і продаж інших акцій.

Контракт — угода обов'язкового характеру, за яким одна сторона бере на себе зобов'язання купити у іншої сторони або продати їй обумовлену кількість товару. У спеціальному контексті термін позначає основні типові умови, які складають ф'ючерсний контракт.

Контроль (англ. *control*) — процес, що забезпечує досягнення організації поставлених цілей.

Конфлікт (англ. *conflict*) — сприймана несумісність дій або цілей.

Конформізм (англ. *conformity*) — зміна поведінки або переконань в результаті реального або уявного тиску групи.



Кореляційне дослідження (correlation research) — вивчення природно виникаючих зв'язків між змінними.

Корнер — дії групи фірм (однієї фірми) або осіб по створенню дефіциту товару на ринку шляхом скупки біржових контрактів і реального товару з певним терміном поставки. В результаті ті, хто раніше продав біржові контракти, в змозі виконати свої зобов'язання, тільки відкупивши контракти за помітно збільшеними цінами у тих, кому вони їх продали.

Котирування цін — публічна пропозиція цін покупцем і продавцем з їх подальшою реєстрацією. На біржах реального товару існували спеціальні котирувальні комітети, які виводили ціну по укладених за день операціях і повідомляли її поза біржею. На ф'ючерсній біржі реєструється і повідомляється поза біржею ціна по кожній укладеній операції або за відсутності торгівлі — ціни покупців і продавців. Реєстрація цін необхідна для проведення розрахунків по операціях. Котирування цін забезпечує відвертість і підтримку конкурентних умов торгівлі.

Кредитність (credibility) — переконливість. Кредитний комунікатор сприймається одночасно і як експерт, і як заслуговуючий на довіру.

Критерії для ухвалення рішення (decision criteria) — норми, з якими можна співвіднести альтернативні варіанти рішення.

Критичний шлях (critical path) — найтриваліша послідовність подій при виконанні проекту. Послідовність подій, що забезпечує завершення проекту в можливо найкоротший час.

Культура (culture) — поняття, установки, звичаї і особливості поведінки, які спільні для великої групи людей і передаються від покоління до покоління.

Курсова різниця — різниця, що виникає в результаті зміни курсу валюти або цінних паперів. При підвищенні курсу курсова різниця виражається в курсовому прибутку для утримувачів цінних паперів, а при пониженні — в курсовій втраті. Ризики втрат, пов'язаних з курсовою різницею, можуть бути застраховані укладанням операцій на термін.

Куртаж — винагорода за посередництво, одержуване маклером при здійсненні операцій на біржі. Звичайно обчислюється в проміллях до суми укладеної операції і сплачується маклеру як продавцем, так і покупцем. Ставки куртажу залежать від категорії цінних паперів і товарів, а також від об'єму операцій. Розмір куртажу визначається статутом біржі або за угодою між учасниками операції і маклером.

Ліберальний керівник (laissez-faire leader) — керівник, який дає своїм підлеглим майже повну свободу у виборі робочих задач і контролі за своєю роботою.

Лідер в організації (organizational leader) — людина, що ефективно здійснює формальне і неформальне лідерство.

Лідерство (leadership) — процес, за допомогою якого певні члени групи мотивують і ведуть за собою групу.

Ліквідний ринок — ринок, що характеризується приватними операціями, вузьким розривом між ціною продавця і ціною покупця і невеликим коливанням цін від операції до операції. Біржа прагне підтримувати ліквідність.

Локус контролю (locus of control) — ступінь, в якому люди сприймають своє життя як контрольоване «зсередини», за допомогою власних зусиль і дій або контрольоване «зовні» випадком або зовнішніми силами.

Любов-дружба (companionate love) — ніжність, яку ми відчуваємо до тієї людини, життя якої тісно переплетене з нашою власною.

Любов-пристрасть (pa\$\$ionaie юує) — стан могутнього потягу до союзу з іншою людиною. Пристрасні коханці цілком занурюються один в одного, приходять в екстаз, коли добиваються любові свого партнера, і невтішні, коли її втрачають.

Маніпулювання — (від лат. шапірііізіз — жменя, жйєня) система способів ідеологічної і соціально-психологічної дії з метою зміни мислення і поведінки людей всупереч їх інтересам.

Матрична організація (шаігіх ог\$апігаііон) — тип адаптивної структури, в якій члени сформованої групи несуть відповідальність за свою діяльність і перед керівником даного конкретного проекту, де вони працюють постійно.

Метод парних порівнянь — один з основних методів вивчення переваг (разом з методом бальних оцінок, ранжирування, множинних порівнянь). Полягає у тому, що респондентам пред'являються всі можливі поєднання по два об'єкти (з числа всіх об'єктів, що підлягають впорядкуванню) і пропонується по кожній парі вказати той, якому надається перевага.

Методи розміщення цінних паперів — продаж цінних паперів публіці по сповіщенню (проспекту), завіреному державною комісією з цінних паперів, або приватне розміщення, що витікає з передбачених законом виключень і без публікації проспекту.

Міграція населення — (від лат. ті\$гаііо — переселення) соціально-економічний і демографічний процес, що є сукупністю переміщень людей між країнами, районами, поселеннями. Види територіальних переміщень: маятникові, сезонні. До маятникових відносяться регулярні пересування населення з одного населеного пункту в інший на роботу або навчання (вони з'явилися в умовах розвитку міської агломерації); до сезонних — тимчасове територіальне переміщення людей, що має економічні (сезонні переміщення на будівельні, сільськогосподарські і інші види робіт) і соціально-культурні причини (туризм, лікування, поїздки на навчання і т. д.)

Міжособовий стиль рішення конфліктів (integrative style of conflict resolution) — п'ятиланкова класифікація підходів до дозволу конфліктів: недопущення конфліктних ситуацій, згладжування конфліктів, штучне форсування, використання компромісів, вирішення суті конфліктних проблем.

Множинний валютний курс — використання країною декількох валютних курсів для різних операцій. Так, іноземні інвестиції, іноземний туризм і імпорт сировини можуть здійснюватися по пільговому курсу, тоді як менш важливі статті — по вищому курсу іноземної валюти.

Мотиви економічні — особлива категорія мотивів, що мають економічну спрямованість, а саме багатства, що відносяться до накопичення, конкуренції, егоїзму і альтруїзму, гонитви за прибутками, схильності до ризику і операцій.

Навіювання соціальне — психологічне або сугестія (від лат. suggestio) — форма психологічної дії, пов'язана з ослабленням усвідомленого контролю відносно сприйманих відомостей. Навіювання привертало велику увагу західної (Р. Тард, Ш. Сигеле, Р. Лебон) і вітчизняної (Н. К. Михайлівський, В. М. Бехтерев) соціології і соціальної психології, що зароджувалися на рубежі XIX - XX ст., як елемент опису поведінки натовпу разом із зараженням і наслідуванням. Навіювання може бути стихійним компонентом повсякденного спілкування або спеціально організовуваним видом комунікації. Як правило, воно протистоїть переконанню, оскільки передбачає некритичність сприйняття інформації. Джерелом навіювання, як і його об'єктом, можуть виступати окрема людина і група, велика або мала. Навіювання, що поширюється на значну кількість людей, називається масовим. Особливо виділяється аутосугестія, що передбачає поєднання в одному обличчі джерела і об'єкту навіювання. Розрізняють пряме і непряме навіювання, навмисне і ненавмисне.

Народ — в звичному значенні — населення держави, країни; у соціальній філософії це суб'єкт історії, сукупність тих класів і соціальних груп даного суспільства, яка є його основною продуктивною і перетворюючою силою, головною рушійною силою суспільного розвитку.

Наукове управління — свідоме використання суб'єктом управління відносин влади, матеріальних і людських ресурсів, наукових знань для отримання результатів, у яких якомога повніше реалізуються цілі, що виражають потреби суспільства на даному етапі його розвитку.

Непрямий спосіб переконання (peripheral route persuasion) — переконання, що має місце у тому випадку, коли на людей впливають випадкові чинники, наприклад, привабливість оратора.

Непрямі чинники навколишнього середовища (indirect environmental factors) — чинники навколишнього середовища, які можуть не здійснювати негайного і безпосереднього впливу на діяльність організації, але, проте, впливають на її діяльність.

Несвідоме — сукупність психічних процесів, актів і станів, обумовлених явищами дійсності, впливу яких суб'єкт не усвідомлює. Несвідоме знаходить вираження в первісному мисленні, інтуїції, афектах, паніці, гіпнозі, сновидіннях, мимовільному запам'ятовуванні і т. д. Виділяються чотири класи проявів несвідомого: 1) надсвідомі явища; 2) неусвідомлювані спонукачі діяльності (мотиви і установки), обумовлені бажаним майбутнім, що має особистісний смисл; 3) неусвідомлювані регулятори способів виконання діяльності (стереотипи автоматизованої поведінки); 4) прояви субсенсорного сприйняття.

Новація — 1) заміна старого зобов'язання або контракту новим; 2) вживається при зміні покупців і продавців, яка має місце за розрахунковими угодами, коли ф'ючерсний контракт ліквідується шляхом поставки реального товару.

Нововведення (інновація) — комплексний процес створення, розповсюдження і використання нового практичного засобу (новини) для задоволення людських потреб, змінних під впливом закономірного розвитку суспільства, а також пов'язані з даною новиною зміни в соціальному і речовинному середовищі.

Номінальна ціна акції — ціна, позначена на акції. Відповідно до існуючого положення про цінні папери, мінімальна номінальна ціна акції складає 100 рублів. Номінальна ціна акції більше 100 рублів повинна бути кратною мінімальній.

Норми економічні — вид соціальних норм, що регулюють економічну поведінку, які, як правило, закріплюються юридично, набуваючи статусу правових, і наділяються відповідними засобами контролю (санкціями) за їх дотриманням.

Об'єднання — розділення ризику з компаньйонами. За формою може бути партнерством або корпорацією. Дозволяє об'єднати капітали при організації справи і розділити ризик.

Об'єкт економічної психології — господарюючий суб'єкт на мікро-, мезо- і макроекономічному рівнях (індивідуум, сім'я, фірма, держава, нація).

Обіговий капітал корпорації — обігові акції, тобто випущені акції, які залишаються в руках утримувачів. Періодично корпорація може викупляти частину або всі акції якогось класу, що знижує розмір обігового капіталу корпорації. Якщо викуп не відбувається, то обіговий капітал корпорації рівний випущеному капіталу.

Обліковий відсоток — відсоток, стягуваний банками при обліку векселів, тобто при купівлі їх банком до настання терміну платежу.

Обмежені акції — акції, які забезпечують утримувачу участь у виручці компанії і частку активів при її ліквідації, але обмежують його

в праві голосу. Обмежені акції бувають неголосуючими, підлеглими, акціями з обмеженим правом голосу.

Односторонній ринок — ринок, на якому тільки курс покупця або тільки курс продавця є котируваним.

Особистість (реглопаїїу) — характерний спосіб мислення, поведінки пристосування до навколишньої дійсності. Цей спосіб включає внутрішні риси, цінності, інтереси, генетичні схильності, погляди, можливості і стандарти поведінки.

Особовий простір (реглопаї зрасє) — буферний простір, який ми вважаємо за краще зберігати навколо себе. Розмір цього простору залежить від ступеня нашої близькості з особою, що знаходиться поруч.

Оферта — формальна пропозиція певній особі укласти угоду з зазначенням всіх необхідних для її укладання умов.

Офіційний ділер — банк або інший фінансовий інститут, уповноважений урядом або центральним банком на здійснення операцій з цінними паперами, товарами і валютою на відповідних біржах.

Парафування — форма підтвердження згоди з виробленим в результаті переговорів шляхом нанесення представниками сторін своїх ініціалів в кінці узгодженого тексту, а іноді на кожній його сторінці.

Переговори — процес пошуку угоди між людьми, що мають, на перший погляд, різні інтереси.

Переговори комерційні — це переговори з приводу будь-яких ресурсів (гроші, матеріальні цінності, тимчасові і людські ресурси і т. д.). У вузькому значенні під комерційними переговорами розуміються переговори з приводу збуту і поставок, купівлі і продажу, тобто торгові операції.

Платіжна вимога — платіжний документ, що містить вимогу одержувача коштів до платника про сплату певної суми через банк; кредит на оплату розрахункових документів за наявності у платника тимчасових фінансових утруднень, що виникають у зв'язку з недотриманням термінів надходження коштів і платежів та з інших причин.

Платіжне доручення — платіжний документ, що містить доручення платника банку про перерахування (переведення) з його певної суми на рахунок одержувача.

Побудова піраміди — збільшення спекулянтами числа біржових контрактів шляхом використання частини прибутку за існуючими контрактами для сплати депозиту по додаткових контрактах.

Побут — область повсякденного життя, що розглядається як відмінна від професійної, виробничої, офіційної діяльності людей. У вузькому значенні термін уживається як синонім домашнього побуту, проте, крім домашнього, існує і побут суспільний. Побут становить один з основних компонентів способу життя.

Поведінка — властива живим істотам взаємодія з навколишнім середовищем, опосередкована їх зовнішньою (руховою) і внутрішньою (психічною) активністю.

Повне товариство — об'єднання декількох громадян і (або) юридичних осіб для спільної господарської діяльності на підставі договору між ними. Всі учасники повного товариства несуть необмежену солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном.

Податковий менталітет — це норми, відносини і переконання, що розділяються податковими властями і платниками податків в кожній нації.



Позика під цінні папери — позики надаються банками під заставу акцій і облігацій. Позики під цінні папери використовуються для «закладення піраміди» — придбання за рахунок позики нової партії цінних паперів.

Поняття — одна з логічних форм мислення, вищий рівень узагальнення, характерний для словесно-логічного мислення.

Посадові інструкції (Job Description) — короткий виклад основних задач, потрібних навиків і повноважень різних посад в організації.

Потреба — стан індивіда, створювана його потребою в об'єктах, необхідних для його існування і розвитку, який виступає джерелом його активності. Потреби людини обумовлені процесом її виховання, тобто залучення до світу людської культури, представленій як наочно (матеріальні потреби), так і функціонально (духовні потреби).

Потреба афіліативна (або потреба в афіліації) — прагнення до встановлення емоційних контактів, надання і пошуку підтримки.

Права на збільшення вартості акцій — форма опціону, при якій менеджеру, корпорації надається право одержати готівкою різницю між ринковою вартістю акції і ціною, за якою корпорація зарахувала на його рахунок ці папери.

Працьовитість — риса характеру, що полягає в позитивному ставленні особи до процесу трудової діяльності. Виявляється працюваністю в активності, ініціативності, сумлінності, захопленості і задоволеності самим процесом праці. У психологічному плані працюваністю передбачає ставлення до праці як до основного сенсу життя, потребу і звичку працювати. Для виховання працюваності необхідно, щоб людина бачила і розуміла значення і результати своєї праці. Формування працюваності у кожної людини соціалістичного суспільства — одна з головних задач виховної роботи.

Предмет економічної психології — відображення господарських V відносин у свідомості і поведінці людини.

Привілейована акція — акція, що гарантує її утримувачеві отримання дивідендів у фіксованих відсотках від номінальної вартості акції незалежно від результатів господарської діяльності акціонерного суспільства, а також дає їм переважне в порівнянні з іншими акціонерами право на отримання частини майна, що залишилося після ліквідації акціонерного товариства. Привілейовані акції не дають їх утримувачам права на участь в управлінні справами акціонерного товариства, якщо інше не передбачене його статутом.

Пристрасть — сильне, стійке, всеосяжне відчуття, що домінує над іншими потягами людини і призводить до зосередження на предметі пристрасті всіх її устремлінь і сил.

Прості угоди на термін — «тверді» угоди, за якими зобов'язання повинні бути виконані в певні терміни, тобто продавець зобов'язаний здати, а покупець прийняти папери або товари у встановлений термін за фіксованими при укладенні угоди курсами або цінами.

Протест — юридично оформлена відмова від оплати або акцепту векселя; опротестовані векселі не приймаються до обліку або в забезпечення.

Професіографія — технологія вивчення вимог, що пред'являються професією до особистісних якостей, психологічних здібностей, психолого-фізичних можливостей людини. Використовуються в цілях розробки інформаційних, діагностичних, коректувальних і формуючих методичних посібників і практичних рекомендацій із забезпечення взаємодії людини і професії.

Пряме котирування — курс іноземної валюти, виражений в одиницях місцевої валюти.



Психоаналіз — напрям, створений З. Фрейдом і його послідовниками, що пояснює розвиток особистості ірраціональними, антагоністичними психічними чинниками.

Реальний товар — товар з негайною поставкою, на складі або з поставкою в майбутньому, що має індивідуальні властивості, на противагу ф'ючерсному контракту, який завершується, як правило, офсетною операцією.

Реінвестування дивідендів — компанія використовує частину дивідендів на придбання власних додаткових акцій. Реінвестовані дивіденди оподатковуються, хоча вони не виплачуються готівкою. Акціонерам періодично надсилаються зведення про кількість і ціну куплених акцій.

Ригідність (від лат. — жорсткий, твердий) — утрудненість (аж до повної нездатності) в зміні наміченої суб'єктом програми діяльності в умовах, що об'єктивно вимагають її перебудови.

Ризик економічний — діяльність суб'єктів господарського життя, пов'язана з подоланням невизначеності в ситуації неминучого вибору, в процесі якої є можливість оцінити імовірність досягнення бажаного результату, невдачі і відхилення від мети, що містяться у обраних альтернативах.

Риси особистості — стійкі особливості поведінки індивіда, що повторюються в різних ситуаціях. Найширше досліджені такі риси особистості, як екстраверсія — інтроверсія, тривожність, ригідність, імпульс.

Роль — соціальна функція особистості; відповідний прийнятим нормам спосіб поведінки людей залежно від їх статусу або позиції в суспільстві, в системі міжособистісних відносин.

Самооцінка — оцінка особистістю самої себе, своїх можливостей, якостей і місця серед інших людей. Відносячись до ядра особистості, самооцінка є важливим регулятором її поведінки.

Самопочуття — відчуття фізіологічної і психологічної комфортно-
V сті внутрішнього стану (самопочуття добре, погане, бадьорість, не-
здужання і ін.).

Самоспостереження — спостереження людини за внутрішнім пла-
ном власного психічного життя, що дозволяє фіксувати її прояви
(переживання, думки, відчуття і ін.).

Свідомість — вищий рівень психічного відображення і саморегуля-
ції, властивий тільки людині. Свідомість характеризується: актив-
ністю, здібністю до рефлексії, самоспостереження; мотиваційно-цін-
нісним характером; різним ступенем (рівнями) ясності.

Свіч — перенесення терміну поставки з одного місяця на інший. До-
сягається шляхом ліквідації існуючого контракту і одночасного при-
дбання нового з бажаним, віддаленішим терміном поставки.

Сензитивність (відчуття, відчуття) — характерологічна особливість
людини, що виявляється в підвищеній чутливості до подій, які з нею
відбуваються, звичайно супроводжується підвищеною тривожністю,
боязню нових ситуацій, людей, всіякого роду випробувань і т. п.
Гранично виражена сензитивність є однією з форм психопатій.

Сесія — час, протягом якого ведеться біржова торгівля.

Сетлемент — 1) розрахунок по біржових операціях; 2) частота, з
якою підраховуються розрахункові ціни і стягується маржа, тобто
щоденний або тижневий ліквідаційний період.

Сині корінці — акції крупних компаній, що регулярно виплачують
дивіденди.

Система безперервного звірення — вид торгівлі на біржі, коли від-
бувається звірення пропозицій і заявок. Звірення може відбуватися
за допомогою книги замовлень або табло.



Совість — здатність особистості здійснювати етичний самоконтроль, самостійно формувати для себе етичні правила, вимагати від себе їх виконання і виробляти самооцінку здійснюваних вчинків.

Сором — емоція, що виникає в результаті усвідомлення людиною реальної або уявної невідповідності її вчинків прийнятим в даному суспільстві вимогам моралі і нормам, що поділяються нею самою.

Соціогенез — походження, розвиток вищих психічних функцій особистості, міжособистісних відносин, обумовлені особливостями соціалізації в різних культурах і суспільно-економічних формаціях.

Соціалізація — процес і результат засвоєння і активного відтворення індивідом соціального досвіду, здійснюваний у спілкуванні і діяльності.

Споживачтво — соціальне явище, що характеризується висуненням споживання і споживацьких благ як вищих цінностей, які панують над іншими цінностями людського життя. Споживач як елемент свідомості і поведінки індивідів і соціальних груп виступає в різноманітних формах. До нього відносяться: 1) утилітаристський індивідуалізм, направлений на досягнення безпосередньої вигоди за рахунок інших індивідів і суспільства; 2) власництво, прагнення до привласнення і накопичення максимуму споживацьких благ; 3) соціальний паразитизм і дозвільний стиль життя, пов'язані з прагненням споживати, не створюючи нічого натомість; 4) культ речей («речизм»); 5) орієнтація на ті види престижу в споживанні, які пов'язані із споживацьким суперництвом, пихатістю і т. п.

Спот-ринок — ринок, на якому ведеться торгівля реальним товаром, а операції залагоджуються протягом декількох днів з дня укладання.

Спред — різниця між цінами.

Ставлення до грошей — суб'єктивно-оцінне, усвідомлено-виборче уявлення про гроші, що виявляється в економічній поведінці.

Старший трейдер — трейдер, що призначається у випадку, якщо біржа має декількох працівників у торговому залі. Старший трейдер звичайно буває ще й зареєстрованим трейдером або спеціалістом.

Статутної капітал — передбачене статутом максимальне число звичайних і привілейованих акцій, які корпорація може випустити.

Стать — сукупність контрастуючих генеративних ознак особин одного виду; комплекс соматичних, соціокультурних і поведінкових характеристик, що забезпечують індивіду особистий, соціальний і правовий статус чоловіка і жінки.

Страх — емоція, що виникає в ситуаціях загрози біологічному або соціальному існуванню індивіда і направлена на джерело дійсної або уявної небезпеки.

Страхування — перекладання ризику на страхову компанію або розподіл ризиків через компанію взаємного страхування; передбачає покупку страхового захисту.

Суб'єкт (підмет) — індивід або група як джерело пізнання і перетворення дійсності; носій активності.

Сумісність міжособова — взаємне прийняття партнерів по спілкуванню і спільній діяльності, засноване на оптимальному поєднанні ціннісних орієнтацій, соціальних установок, інтересів, мотивів, характерів, темпераментів і ін. значущих для міжособової взаємодії індивідуально-психологічних характеристик.

Талант (від грец. — вага, міра, рівень здібностей) — високий рівень розвитку здібностей. Про наявність таланту слід судити за наслідками діяльності людини, які повинні відрізнятися принциповою новизною, оригінальністю підходу, вираженою потребою в творчості.



Тести креативності — (від лат. creatio — «створення») — сукупність методик для вивчення і оцінки творчих здібностей особистості. Здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко вирішувати проблемні ситуації була виділена серед інтелектуальних здібностей в особливий тип і названа креативністю. Вивчення чинників творчих досягнень ведеться в двох напрямках: аналіз життєвого досвіду і індивідуальних особливостей творчої особистості (особистісні чинники): аналіз творчого мислення і його продуктів (чинники креативності — швидкість, чіткість, гнучкість мислення, чутливість до проблем, оригінальність, винахідливість, конструктивність при їх вирішенні).

Товариство з додатковою відповідальністю — товариство, статутний фонд якого розділений на частки визначених засновницькими документами розмірів. При недостатності майна товариства учасники товариства відповідають за його зобов'язаннями своїм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до суми їхніх внесків.

Товарний фонд — об'єднання капіталів інвесторів, як правило, дрібних, за принципом взаємних фондів. Кошти акумулюються у вигляді внесків або шляхом продажу паїв (акцій) для вкладення в біржові операції, в запаси товарів, операції на фондових і валютних біржах.

Торги — змагальна форма закупівлі, при якій покупець оголошує конкурс для продавців на товар з певними характеристиками.

Торги відкриті — торги, до участі в яких запрошуються всі бажаючи фірми. Оголошення про їх проведення публікуються в періодичних виданнях.

Торги закриті — торги, до участі в яких запрошується обмежена кількість фірм.

Торгівля з самим собою — процедура, за допомогою якої брокер реєструє покупку і продаж за однією і тією ж ціною.

Торговий будинок — брокерська фірма, яка в основному займається операціями з реальним товаром за власний рахунок або за рахунок виробників, споживачів чи інших груп, зайнятих торгівлею даним товаром.

Трансфер (від лат. *transfere* — «переносити», «переводити») — вживаний в психоаналізі З. Фрейда термін, що позначає перенесення на психотерапевта емоційного ставлення пацієнта до значущих для нього людей (батька, матері і ін.). Відчуття любові, захоплення, пошани (позитивний трансфер), а також ненависті, страху, огиди (негативний трансфер) спонтанно виникає у пацієнта в психоаналітичному сеансі за відсутності в поведінці психотерапевта об'єктивних причин, якими вони могли б бути пояснені. З. Фрейд розглядав трансфер як феномен перенесення, який властивий будь-яким людським відносинам і який виявляється не тільки в терапевтичному сеансі, але і в буденному житті суб'єкта.

Траст-компанії — установи, створювані для управління за дорученням майном і ланцюговими паперами корпорацій і окремих осіб.

Тратта — перевідний вексель. Один з основних розрахункових документів у зовнішній торгівлі, що є безумовним письмовим наказом однієї особи іншій сплатити після пред'явлення цього документа або в призначений термін певну суму грошей пред'явнику або вказаній в документі особі.

Треjder (атторней торгового залу) — безпосередній виконавець замовлень на купівлю-продаж цінних паперів в торговому залі біржі, працівник брокерської фірми.

Тренд — напрям, в якому змінюються ціни.

Угода — дії громадян і юридичних осіб, направлені на встановлення, зміну або припинення громадянських прав або обов'язків.

Уош — примітивна форма розрахункової угоди в ранній період діяльності бірж, по якому двосторонні розрахунки з продажу і покупок здійснювалися між парами брокерів, із здійсненням платежу тільки у вигляді різниці.

Уошаут — зведення нанівець розрахунковою палатою зобов'язань по контрактах шляхом заліку взаємних вимог при підрахунку чистої позиції брокера.

Упертість — особливість поведінки (у стійких формах — риса характеру) як дефект вольової сфери індивіда, що виражається в прагненні чинити по-своєму всупереч розумним порадам, доводам, проханням. Упертість може викликатися відчуттями образи, злості, гніву, мести.

Установка — готовність, схильність, що виникає при передбаченні ним появи певного об'єкту і забезпечує стійкий цілеспрямований характер протікання діяльності по відношенню до даного об'єкту.

Учасники торгів на біржі — брокери, біржові маклери, старший маклер, помічники брокерів і біржових маклерів. Окрім учасників торгів в операційний зал допускаються особи: персонал біржі, головний керівник, голова правління, відповідальний член Біржової Ради, а також особи, присутність яким на біржі дозволена Біржовою Радою.

Засновницькі акції — акції, що дають право декількох голосів і переважне право на отримання нових акцій у разі їх випуску.

Уявлення — образи предметів, сцен і подій, що виникають на основі їх пригадування або ж продуктивної уяви. На відміну від сприйняття, що відносяться лише до справжнього, уявлення відносяться до



минулого і можливого майбутнього. Чуттєво-предметний характер уявлень дозволяє класифікувати їх за модальністю (уявлення зорові, слухові, нюхові, тактильні і ін.).

Фанатизм (від лат. — жертovníк) — непохитна і відкидаюча альтернативи прихильність індивіда певним переконанням, яка знаходить вираження в його діяльності і спілкуванні.

Фантазія — синонім або продукт уяви.

Фізіогноміка (від грец. — природа і знаючий) — вчення про зв'язок між зовнішнім виглядом людини і її приналежністю до певного типу особи, завдяки чому за зовнішніми ознаками можуть бути встановлені психологічні характеристики цього типу. Впродовж століть фізіогноміка служила передумовою багатьох типологій характерів.

Філогенез (від грец. — рід, плем'я і походження) — історичне формування групи організмів. У психології Ф. розуміється як процес виникнення і історичного розвитку, (еволюції) психіки і поведінки; виникнення і еволюції форм свідомості в ході історії людства.

Фобії (від грец. — страх) — нав'язливі неадекватні переживання страхів конкретного змісту, що охоплюють суб'єкт в певній (фобічній) обстановці і супроводжуються вегетативними дисфункціями (серцебиття, рясний піт і т. п.). Фобії зустрічаються в рамках неврозів і органічних захворювань головного мозку. Розрізняють: нозофобії (страх захворювання — канцерофобії, кардіофобії і т. д.), соціофобії (страх публічних виступів, страх почервоніти і т. д.), боязнь простору (клаустрофобія — боязнь закритих приміщень, агрофобія — страх відкритого простору) і ін.

Ф'ючерсний опціон — вид біржової операції, при якій товар отримують з метою подальшого перепродажу на біржі.

Харизма (від грец. — сБагізта — подарунок) — наділ особистості властивостями, що викликають поклоніння перед нею і беззастережну



віру в її можливості. Цей феномен характерний для малих і особливо для великих груп, схильних персоніфікувати свої ідеали в процесі об'єднання. Харизма частіше виникає в екстремальних історичних обставинах. Харизматичному лідеру приписуються всі успіхи його прихильників, навіть явні невдачі обертаються його прославленням (втеча сприймається як порятунок, будь-які втрати — як необхідні жертви, абсурдні твердження — як незбагненна мудрість). Здібності харизматичного лідера, що виступає на релігійній або політичній арені, містифікуються; для нього типова функція рятівника. Харизма виникає, коли складається відповідна соціально-психологічна потреба.

Хедж — 1) страхівка від цінових ризиків; 2) ф'ючерсний контракт який служить для страхівки від цінових ризиків.

Хеджер — будь-який суб'єкт, що здійснює операції на ф'ючерсній біржі.

Хеджування — операція з купівлі-продажу біржових контрактів, здійснювана одночасно з торгівлею реальним товаром, з метою страхування від можливої несприятливої зміни цін в період між укладенням угоди і поставкою товару.

Цілеутворення — процес породження нових цілей в діяльності людини, один з проявів мислення. Цілеутворення може бути як мимовільним, так і довільним, характеризуватися тимчасовою динамікою. Існує ряд механізмів цілеутворення: перетворення одержаної вимоги в індивідуальну мету, вибір однієї з наявних вимог, перетворення мотивів в мотиви-цілі при їх усвідомленні, перетворення побічних результатів дії в мету, перетворення неусвідомлених передбачень в мету, виділення проміжних цілей, перехід від попередніх до остаточних цілей, утворення ієрархії і тимчасової послідовності цілей.

Честолюбство — вираженість в особі мотивів досягнення першості, прагнення до слави, до отримання нагород, до почесного становища в якій-небудь області або сфері діяльності. Гіпертрофоване честолюбство посилюється пихатістю — зарозумілим відношенням до інших.

Чиста купівельна здатність — вільний залишок коштів за вирахуванням можливих втрат при русі цін в несприятливому напрямі.

Член розрахункової палати — повний член біржі. Через нього здійснюються всі взаємостосунки тих, хто укладає угоди на біржі з розрахунковою палатою, і на ньому лежить забезпечення фінансової стійкості розрахункової палати.

Якість виконання (цiаіііу оГ регГогшансе) — концепція якості, що відображає той ступінь, в якому товари або послуги, що надаються організацією, фактично задовольняють потреби клієнтів.

Якість трудового життя ^наіііу оГ ^огк Ме) — ступінь задоволення важливих особистих потреб через діяльність у трудовій організації.

Яма — ділянка приміщення біржі, де дозволено укладати угоди членам біржі.

Бібліографія

1. Абчук В. А. Азбука бизнеса. — СПб.: Образование, 1994. — 190 с.
2. Абчук В. А. Основы предпринимательства. — М.: Вита-пресс, 1995, — 238 с.
3. Аванесов В. С. Тесты в социологическом исследовании. — М.: Наука, 1982.— 196 с.
4. Авдокушин Е. Ф. Международные экономические отношения. — М.: Юристъ, 1999. — 368 с.
5. Агарков М. М. Учение о ценных бумагах. — М.: Финстатинформ, 1993, — 207 с.
6. Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. — М.: Наука, 1991. — 106 с.
7. Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. — М.: изд-во МГУ, 1990. — 239 с.
8. Адлер А. Наука жить. — К.: Рогі-Коуаї, 1997. — 320 с.
9. Азгальдов Г. Г. Теория и практика оценки качества товаров (основы квалиметрии). — М.: Экономика, 1982. — 256 с.
10. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 207 с.
11. Акофф Р., Змери Ф. О целеустремленных системах. — М.: Сов. радио, 1974. — 272 с.
12. Актуальные проблемы реформирования отношений собственности в современной России: Межвузовская научно-практическая конференция. Тезисы докладов и выступлений. / Отв. ред. Б. В. Салихов. — М.: МГЗИ, 2002. — 312 с.
13. Алексеев М. Ю. Рынок ценных бумаг. — М.: Финансы и статистика, 1992, — 218 с.
14. Ананьев Б. Г. Проблема «человеческого фактора» в управлении «Психологические проблемы социальной регуляции поведения. — М.: Наука, 1976. — с. 41 - 63.

15. Андерсон Р., Шихирев П. «Акульї» и «Дельфиньї». Психология и зтика російсько-американського делового партнерства. — М.: Дело ЛТД, 1994. — 204 с.
16. Андреева Г. М. Соціальна психология. — М.: Издательство МГУ, 1994. — 358 с.
17. Андреева И. В. Экономическая психология. — СПб.: Питер, 2000. — 512 с.
18. Беклешев Д. В., Бердников А. Н. Совместное предпринимательство с зарубєжньїми контрагентами. — М.: Изд. «Реклама, информация, маркетинг», 1991. — 415 с.
19. Бовьїкин В. И. Новьїй менеджмент: Управление предприятиями на уровне вьїсших стандартов: Теория и практика зффективного управления. — М.: Экономика, 2002. — 366 с.
20. Богачев С. П. Основы новой теории спроса. — Калуга: «Облиздат», 2001. — 160 с.
21. Богачев С. П. Системно — потребностньїш подход — основа теории покупателя // Вестник МГУ, Серия 6. Экономика. — 2001. — № 3. — с. 30 - 46
22. Богданов А. А. Всеобщая организационная наука (Тектология). — Петроград: Книга, 1925. — 684 с.
23. Богданов В. А., Семенов В. Е. Системный подход к изучению социально психологических явлений в производственном коллективе // Социально-психологические проблемы производственного коллектива. — М.: Изд-во МГУ, 1983. — 78 с.
24. Бригинский С. В., Певзнер Я. А. Политическая зкономия: дискуссионные вопросы, пути обновления. — М.: Мисль, 1991. — 419 с.
25. Брагинский С. В. Кредитно-денежная политика в Японии. — М.: Наука, 1999. — 195 с.
26. Бровкин Н. Е., Обросов П. П. Прогнозирование расходов на уплату процентов за кредит // Деньги и кредит. — 1997. — № 5. — с. 44 - 49
27. Брушлинский А. В. Субьект: мышление, учение, воображение. — М.: Изд-во «Институт практической психологии», 1996. — 392 с.

28. Будилова Е. А. Проблемы социальной психологии в трудах В. М. Бехтерева (к 60-летию «Коллективной рефлексологии») // Психол. журнал. — 1981. — том 2. — № 6. — с. 135 - 141.
29. Бueva Л. П. Социальная среда и соз'нание личности. — Минск: НТЦ АПИ, 2001, — 212 с.
30. Букан Дж., Кенигсберг З. Научное управление запасами. — М.: Наука, 1999. — 366 с.
31. Булгаков С. Н. Философия хозяйства. — М.; Наука, 1990. — 206 с.
32. Бунч П. Г. Плановые показатели, экономические нормативы и правила // Вопросы экономики. — 1980. — № 2. — с. 35 - 45
33. Бункіна М. К. Монетаризм. — М.: Дело и Сервис, 2002. — 118 с.
34. Бункіна М. К., Семенов А. М. Экономика и психология. На перекрестке наук. — М.: Дело и Сервис, 1999. — 263 с.
35. Бункіна М. К., Семенов А. М. Экономический человек: в помощь изучающим экономику, психологию, менеджмент: Учебное пособие. — М.: Дело, 2000. — 176 с.
36. Выготский Л. С. Развитие высших психологических функций. — Изд-во АПН РСФСР, 1960. — 499 с.
37. Горенко О. Боротьба з бідністю як орієнтир про європейської політики // Політичний менеджмент. — 2003. — № 2, — с. 107 — 121.
38. Дейнека О. С. Экономическая психология. — СПб, изд-во СПбГУ, 1999, — 106 с.
39. Дейнека О. С. Динамика макроэкономических компонентов образа денег в обыденном сознании // Психологический журнал. — 2002, — № 6, — с. 13-21.
40. Дейнека О. С. Экономическая психология: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во С.-Петербург. Университета, 2000. — 160 с.
41. Деев А. А., Ложкин Г. В., Спасенников В. В. Автоматизация процедуры обследования при использовании 16-ти факторного личностного опросника // Психологический журнал. — 1984. — № 6, — с. 106-110.

42. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. — Вид. 2-ге, перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2001. — 528 с.
43. Иноземцев В. Л. Личное против частного? (Размышления о путях трансформации отношений собственности) // Общество и экономика. — 1997. — № 9. — с. 10.
44. А. Л. Журавлев, Н. А. Журавлева. Программа социально-психологического исследования экономического сознания личности // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Часть 5. — М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2002 г. — с. 11-41.
45. А. Л. Журавлев. Отношение личности к деньгам как фактор ее ориентаций на культурные ценности: программа исследования // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Часть 5. — М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2002 г. — с. 42-63.
46. А. Л. Журавлев, Н. А. Журавлева. Экономические представления работников предприятий с разными формами собственности // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Часть 2. — М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2002 г. — с. 317-332.
47. Карпов А. В. Психология менеджмента: Учеб. пособие. — М.: Гардарики, 1999. — 584 с.
48. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить: Пер. с англ. — К.: Наукова думка, 1989. — 526 с.
49. Карнышев А. Д. Собственность как исходное, первое и главное понятие экономической психологии // Труды 2-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. — Москва - Калуга, Институт психологии РАН, КФ МГЗИ, 2002, том 9, вып.7, с. 20 - 33.
50. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. — М.: Прогресс, 1988. — 580 с.



51. Китов А. И. Психология управления. — М. Академия народного хозяйства при Правительстве СССР, 1979. — 102 с.
52. Китов А. И. Экономическая психология. — М.: Экономика, 1987, — 302 с.
53. Китов А. И. К вопросу об экономико-психологическом исследовании труда // Психологический журнал. — 1983. — том 4. — № 5. — с. 68 - 80.
54. Корняков В. Новая модель отношений собственности (анализ современного опыта) // Экономист. — 1994. — № 3.
55. Кравченко С., Теленик С. Основні напрямки забезпечення економічної безпеки України // Економіка Фінанси Право. — 2002. — № 12. — с. 6 - 10.
56. Ленин В. И. Что такое друзья народа и как они воюют против социал демократов // Полн. собр. соч. 5-е изд. Том 1, — М.: Политиздат, 1969, с. 125 - 346.
57. Ленин В. И. Материализм и эмпириокритицизм // Пол. собр. соч., 5-е изд, том 18, — М.: Политиздат, 1969, с. 7 - 384.
58. Ленин В. И. Философские тетради. Конспект книги Гегеля «Наука логики» // Полн. собр. соч., 5-е изд., том 29. — М.: Политиздат, 1969, с. 77-218.
59. Ложкин Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности // Персонал. — № 3. — 2003. — с. 78 - 81.
60. Ложкін Г., Спасєнніков В., Комаровська В. Особливості та структура економічної свідомості // Соціальна психологія. — 2004, — № 1 (3). — с. 8 - 16.
61. Макиавелли Н. Государь. — Киев: Рогі-Яоуаі, 1989. — 178 с.
62. Макиавелли Н. Искусство войны. — Киев. РогС-Коуаі, 1999. — 125 с.
63. Макконелл К., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т./Пер. с англ. — М.: Дело, Вита-Пресс, 1992.
64. Малахов С. В. Основы экономической психологии. — М.: Изд-во Института социально-политических отношений, 1992. — 84 с.
65. Маркс К. и Энгельс Ф. Из ранних произведений — М.: Госполитиздат, 1956. — 594 с.

66. Маркс К. Капитал. // Маркс К., Знгельс Ф. Сочинения. — 2-е изд. — Тт. 23, 24, 25. — М.: Госполитиздат, 1960.
67. Маркс К. Капитал. // Маркс К., Знгельс Ф. Сочинения. — 2-е изд. — том 26 (Теории прибавочной стоимости) — М.: Госполитиздат, 1960.
68. Ничипоров Б. В. Введение в христианскую психологию: Размышления священника-психолога, — М.: Педагогика, 1994. — 189 с.
69. Петти В. Трактат о налогах и сборах. УЕКВІІМ 8АРІЕІМТІ (слово мудрым). Разное о деньгах. — М.: ОСЬ-89, 1997. — 202 с.
70. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. — М.: Политиздат, 1989.— 244 с.
71. Позняков В. П. Предприниматель: Экономико-психологический профиль // Психологический журнал. — 1992. — Т. 13. — № 3. — с. 42-53.
72. Позняков В. О. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001. — 240 с.
73. Попов В. Д. Психология и экономика. Социально-психологические очерки. — М.: Советская Россия, 1989. — 304 с.
74. Попов В. Д. Психологические проблемы управления (трансформации) отношений собственности // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. — Москва - Калуга, Институт психологии РАН, КФ МГЗИ, 2000, Т. 1, с. 81 - 90.
75. Радаев В. В. Экономическая социология. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 368 с.
76. Рациональний вибір, цінності і фрейми. Д. Канеман. А. Тверски // Психологический журнал. — 2003. —* Т. 24. — №4. — с. 31-43.
77. Риски в современном бизнесе. — М.: Аланс, 1994. — 237 с.
78. Ривкина Р. В. Между социализмом и rynком: судьба экономической культуры в России: Учеб. Пособие. — М.: Наука, 1994. — 227 с.



79. Савело А. Р. История экономической мысли: Курс лекций. — Владимир: Гос. пед. ун-т, 1997. — 272 с.
80. Сажина М. А., Чибриков Г. Г. Основы экономической теории. — М.: Экономика, 1995. — 395 с.
81. Салихов Б. В. Основы рыночной экономики: Курс лекций. — М.: Гуманитарная академия ВС, 1993. — 438 с.
82. Самуэльсон П. Экономика. — М.: Политиздат, 1984. — 362 с.
83. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. — М.: Прогресс-Универс., 2002. — 444 с.
84. Соколинский В. М. Психологические основы экономики. — М.: ЮНИТИ, 1999. — 215 с.
85. Соколинский В. М. Проблемы финансовой психологии // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. — Москва - Калуга: Институт психологии РАН, КФ МГЗИ, 2000, том 2, с. 44 - 50.
86. Спасенников В. В. Психология менеджмента в обеспечении экономической безопасности региона // Развитие региона: Социально-экономические процессы и кадровая политика. — Калуга. Изд-во «Зйдос», 2001. — с. 218 - 225.
87. Спасенников В. В. Экономическая психология. — М.: 2003. — 381 с.
88. Спасенников В. В. Экономическая психология как научная дисциплина, специализация студентов и область практической деятельности. В кн.: Региональная экономика, наука и инновации. — Калуга, «Зйдос», 1997. — с. 370 - 374.
89. Тягунов А. А. Риск, неопределенность, случайность. Методологические вопросы страховой деятельности. — М.: Изд-во «Зтикет», 1999, — 96 с.
90. Фрейд З. Психология бессознательного. — М.: Просвещение, 1989. — 448 с.
91. Фридмен М. Если бы деньги заговорили. — М.: Дело, 1998. — 202 с.
92. Фромм З. Психоанализ и религия // Сумерки богов. — М.: Политиздат, 1989. — с. 143 - 221.

93. Хейне П. Экономический образ мышления. — М.: Дело, 1991. — 708 с.
94. Е. С. Шибанова, В. А. Хашенко. Представления о богатом и бедном человеке в различных социально-экономических группах // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Часть 2. — М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2002 г. — с. 332-345.
95. Шопенгауэр А. Две основные проблемы этики; Афоризмы житейской мудрости: Сборник / Перев. с нем. под ред. М. В. Драко. — Мн.: ООО «Попурри», 1998. — 592 с.
96. Шорохова Е. В. Психологические особенности социально-психологических преобразований в сельском хозяйстве России в 20 - 30-е гг. XX века // Социально-психологическая диагностика в условиях экономических изменений. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. — с. 37 - 80.
97. Шумейкер П. Модель ожидаемой полезности: разновидности, подходы, результаты и пределы возможностей // ТНЕ818: риск, неопределенность, случайность. — 1994. — вып.5. — с. 29 - 80.
98. Шумпетер И. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982. — 456 с.
99. Шустер А. П. Фактор времени в оценке экономической эффективности капитальных вложений. — М.: Наука, 1969. — 243 с.
100. Щекин Г. В. Теория социального управления: Монография, — К.: МАУП, 1996. — 408 с.
101. Экономическая психология: вопросы теории и практики // Под ред. А. И. Муравьева и З. Х. Локшиной — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001, — 274 с.
102. Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности // Труды 1-х Всероссийских чтений памяти профессора Валерия Федоровича Агеева. Под ред. А. И. Гаврикова, А. В. Дерягина, В. В. Спасенникова. — Москва - Калуга, Институт Востоковедения РАН, МАПН, КФ МГЗИ, 2001, — 314 с.



103. Экономические науки. — 1990. — № 8. — С.22; Российский экономический журнал. — 1993. — № 3. — С.63.
104. Знгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. // Маркс К., Знгельс Ф., Соч., 2-е изд., Т. 21 — М.: Госполитиздат, 1960. — с. 23 - 178.
105. Зрлх А. А. Технический анализ товарних и финансовых рынков. Прикладное пособие. — М.: ИНФРА-М, 1996. — 273 с.
106. Юданов А. Ю. Конкуренция: Теория и практика — М.: Тандем, 1996.— 272 с.
107. Юнг К. Аналитическая психология / Пер. с англ. — СПб: Изд-во «Кентавр», 1994. — 136 с.
108. Ядов В. А. Социологические исследования: методология, программа, методы. — М.: Наука, 1987. — 245 с.
109. Каїона О. Рзубологіскаї Есопотісз. — Чс\у Уогк: Еіхс\уіег, 1975. — р. 322.
110. Каїона О. Тольарсї а тасгорзуболоше // Атерісап Рзуболосізі. 1979. — N34. — р. 118-126.

ЗАПРОШУЄМО:

авторів та книготоргівельні організації до співпраці

ЗДІЙСНЮЄМО:

інформаційну підтримку бібліотек вузів

ПРОПОНУЄМО:

*широкий вибір навчальної та довідкової літератури
з економіки та природничих наук*

*Ми маємо гнучку систему знижок, а також здійснюємо
безкоштовну доставку книг замовникові.*

*Якщо вас зацікавило співробітництво з нами,
звертайтеся за телефонами:*

(38 044) 268 93 95, 268 24 69, 269 86 73,

тел./факс (38 044) 269 63 30,

або відправляйте листа електронною поштою:

у(IBook@ua./т

Навчальне видання

Ложкін Георгій Володимирович
Спасенніков Валерій Валентинович
Комаровська Вероніка Леонідівна

ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ

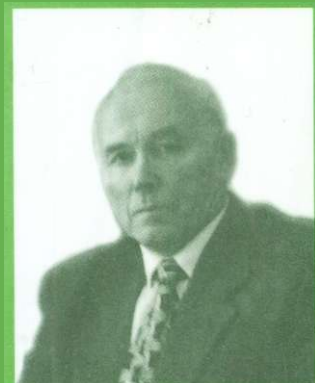
*Керівник видавничих проектів О.С. Прокопчук
Оригінал-макет, дизайн обкладинки та верстка К.Р. Іщенко*

Формат 60x84/16. Підписано до друку 14.04.2004.
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура Тайме.
Тираж 1000 прим.

ТОВ "Видавничий дім "Професіонал"
Тел. (38-044) 268 93 95, 268 24 69, 269 86 73
Тел/факс (38-044) 269 63 30
е-таіі: uc1book@иа.Гт

*Свідощтво про внесення суб'єкту видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників і
розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК№ 153 З*

Надруковано у видавництві "Фенікс".
Свідощтво ДК №271 від 07.12.2000 р.
Зам. 24-213.



Ложкін Георгій Володимирович, доктор психологічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України. Автор (співавтор) більш як 300 наукових і навчально-методичних робіт ("Практична психологія конфлікту", 2000; "Основи психології", 2001; "Практична психологія в системах людина-техніка", 2003 та ін.) Підготував 25 кандидатів і докторів наук. Член редколегії журналів "Наука в олімпійському спорті", "Персонал", "Психологія і суспільство", "Соціальна психологія" та ін. Виступав з науковими доповідями на міжнародних конгресах у Великобританії, Венесуелі, Голландії, Ірані, Ірландії, Канаді, Росії, Сингапурі, СІНА, Швеції та інших країнах.



Спасенніков Валерій Валентинович, доктор психологічних наук, професор, дійсний член Міжнародної академії психологічних наук. Автор (співавтор) більш як 200 наукових, навчально-методичних робіт та винаходів ("Організаційна поведінка", 1995; "Соціальна та економічна психологія антикризового управління", 1999; "Економіко-психологічні і правові проблеми національної безпеки", 2001 та ін.). Підготував 16 кандидатів і докторів наук, член редколегії журналів "Проблеми психології та ергономіки", "Психологія та економіка". Виступав з науковими доповідями на кількох міжнародних конференціях з проблем психології праці, ергономіки, соціальної та економічної психології.



Комаровська Вероніка Леонідівна, автор (співавтор) 10 наукових і навчально-методичних робіт. Працює над проблемою, пов'язаною з формуванням економічної свідомості суб'єктів соціального простору. Публікується в журналах "Соціальна психологія", "Безпека життєдіяльності" та ін. періодичних виданнях.